



I fabbisogni professionali e formativi delle imprese marchigiane

INDICE

Premessa	1
1. Sintesi dei principali risultati emersi	2
2. Le imprese rispondenti	3

PREMESSA

Uno degli obiettivi specifici del progetto F.A.R.O. LAB prevedeva la realizzazione di una serie di analisi e ricerche finalizzate a definire le figure professionali maggiormente richieste dal tessuto produttivo, i relativi profili professionali e le conoscenze/competenze ad essi correlati, utili allo sviluppo del capitale umano occupato presso le imprese del sistema marchigiano. Tali attività erano anche indirizzate:

- non solo a prefigurare, sotto questo punto di vista, un modello di analisi dei fabbisogni applicabile al contesto in esame e sostenibile sul versante della sua trasferibilità e replicabilità ai fini della programmazione degli interventi da parte sia delle Amministrazioni competenti (Regione e Province) e sia, in subordine, dell'offerta formativa della "Bilateralità";
- ma anche a contribuire, in tal modo, alla costituzione dell'Osservatorio Regionale sulla Formazione Continua, grazie appunto alla comprovata trasferibilità e utilizzabilità del modello proposto, anche al fine di contribuire ad una maggiore "contaminazione di risorse" tra FSE, Fondi Interprofessionali e fondi ex L. 236/93 per i processi di Formazione Continua.

Nell'ambito di tali finalità, il Partenariato di progetto (Ifoa, Censis, Ass. Nuovi Lavori), con la responsabilità metodologica ed esecutiva esercitata dalla Fondazione Censis, ha proceduto, nell'ambito delle previste rilevazioni sulla domanda formativa alla realizzazione di un'indagine di tipo quantitativo condotta presso le stesse imprese marchigiane, al fine di definire le figure professionali maggiormente richieste dal tessuto produttivo, i relativi profili professionali e le conoscenze/competenze ad essi correlati, utili allo sviluppo delle filiere economiche del territorio, con particolare riguardo allo sviluppo di un'economia sostenibile promossa dalla conoscenza.

Si vuole sottolineare che tale indagine, al di là del valore intrinseco di analisi della domanda formativa emergente, assume senza dubbio, nel frangente dei persistenti effetti della recente crisi economica ed occupazionale, una significativa rilevanza ai fini della tenuta e consolidamento della base produttiva e lavorativa della regione.

Nelle pagine successive vengono, dunque, descritti i risultati conseguiti dalla suddetta indagine, seguendo il tracciato del questionario proposto alle imprese.

1. SINTESI DEI PRINCIPALI RISULTATI EMERSI

Per quanto riguarda la congiuntura economica, le imprese marchigiane stanno giocando in difesa: sembrano aver tenuto sotto il profilo occupazionale (magari facendo ampio ricorso alla Cassa Integrazione in Deroga) e, dopo un 2009 che ha visto smottare il fatturato in metà delle aziende interpellate, per il 2010 e il 2011 si attendono risultati in linea con i precedenti, in una sorta di linea Maginot dalla quale quasi un terzo delle imprese spera di uscire con un fatturato in crescita. Quando si interpellano sul futuro della propria impresa, più del 60% delle aziende guarda con pessimismo e preoccupazione al futuro: tra chi pensa che la crisi continuerà ancora e chi ritiene che, sebbene il peggio sia passato, gli effetti sulla propria azienda continueranno a farsi sentire.

In questo contesto sono poche le aziende che pensano di assumere personale nei prossimi due anni e, quei pochi, si muovono dentro una rete di conoscenze personali per individuare i potenziali candidati.

I dirigenti e gli amministrativi sono considerate le figure più importanti per le aziende interpellate, ma tra quelle di cui si avrebbe maggiormente bisogno si segnala la manodopera e le figure tecniche. Si cercano professionalità con alta scolarizzazione e con esperienza specifica o nel settore o nella mansione. Per queste figure si sarebbe disposti a spendere (almeno sulla carta) più di quanto richieda l'inquadramento previsto.

Dal punto di vista delle carenze conoscitive gli imprenditori interpellati riscontrano sia su sé stessi che sul proprio personale, delle lacune di tipo linguistico e organizzativo/gestionale. Più della metà ha coinvolto il proprio personale in attività formative, negli ultimi tre anni, e della formazione fruita sono molto soddisfatti, ritenendola utile o molto utile, nell'87% dei casi. Malgrado ciò, sono poche le aziende che ritengono ci sia bisogno di formazione per il proprio personale.

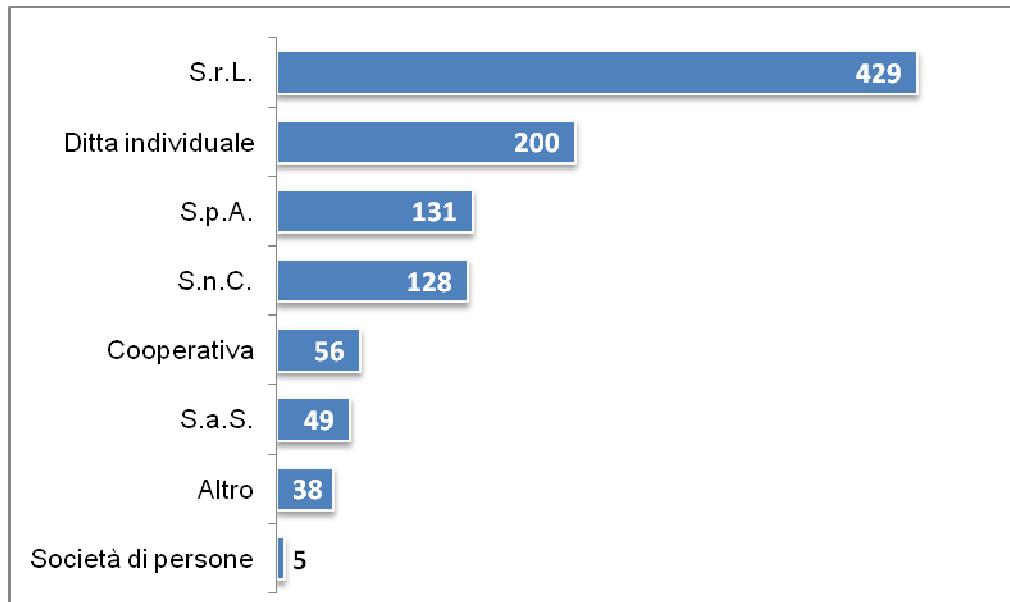
Le materie più richieste, per le aziende che ammettono ci sarebbe bisogno almeno di un aggiornamento se non proprio di una riqualificazione professionale dei propri dipendenti, sono prevalentemente quelle tecniche di settore, quelle informatiche (ma non di base, semmai avanzate: sui software applicativi), il marketing e, ancora, quelle linguistiche (con una forte richiesta di italiano L2 per gli immigrati che operano in azienda). Si privilegia la capacità di essere autonomi nel proprio lavoro e, sul versante dei comportamenti si chiede maggiore collaborazione e intraprendenza.

2. LE IMPRESE RISPONDENTI

All'indagine proposta da Faro Lab hanno risposto 1.060 imprese marchigiane. Essendo un'indagine non campionaria si è voluta verificare la composizione del panel di imprese rispondenti, mettendola in relazione con la composizione del tessuto imprenditoriale marchigiano reso noto da Unioncamere Marche a luglio 2010 (data di avvio della rilevazione).

Tra le imprese che hanno risposto si annoverano prevalentemente società di capitali (429 sono società a responsabilità limitata e 131 società per azioni) seguite dalle società di persone (128 società in nome collettivo, 56 cooperative, 49 società in accomandita semplice e 5 società di persone) e dalle ditte individuali (fig. 1). I dati sono leggermente discordanti dalla rappresentazione delle imprese marchigiane fatta da Unioncamere, che vedeva al primo posto le imprese individuali (64,8%) seguite dalle società di persone (18,4%) e dalle società di capitale (15,1%). A chiudere, le altre forme con l'1,6%.

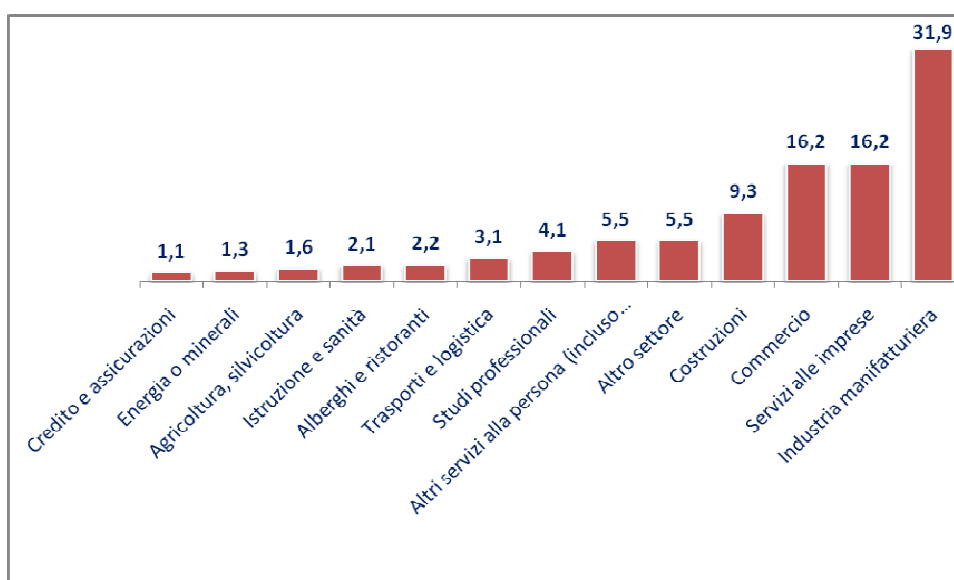
Fig. 1 - Forma giuridica dell'azienda (v. a.)



Fonte: indagine Censis, 2010

In riferimento ai settori produttivi sono prevalenti le imprese manifatturiere (31,9%) seguite dai servizi alle imprese e dal commercio (entrambe con il 16,2% delle imprese rispondenti) e dalle imprese di costruzione (9,3%). Tutte le altre categorie, prese singolarmente non raggiungono il 10% (fig. 2). Anche in questo caso si nota uno scostamento rispetto alla distribuzione delle imprese per settori produttivi che Unioncamere ha fotografato a luglio 2010: il manifatturiero, infatti, si posiziona al quarto posto, con il 17% del totale, preceduto dalle imprese commerciali (30,7%), dalle imprese agricole (26,7%) e dal comparto delle costruzioni (19,2%).

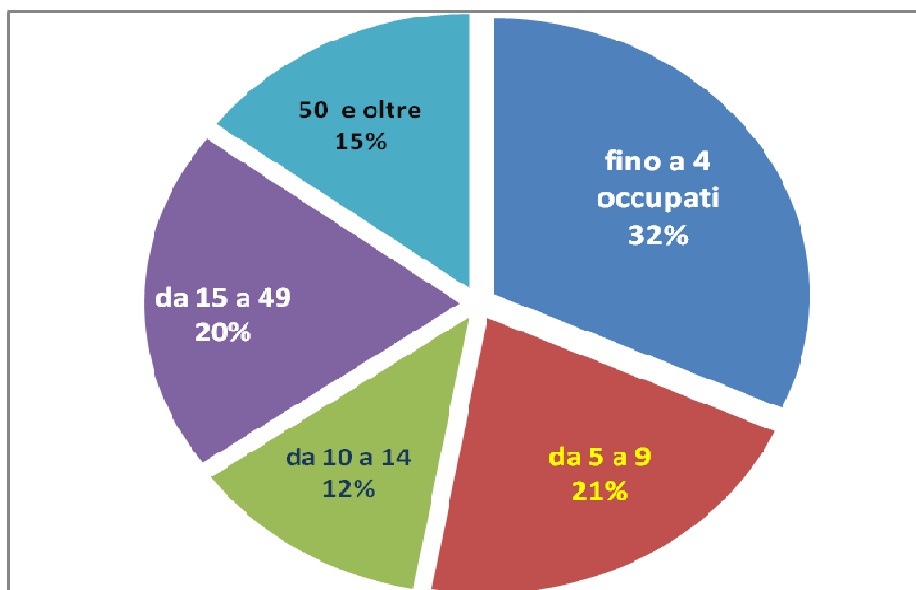
Fig. 2 - Settori di appartenenza delle aziende rispondenti (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

In riferimento alla dimensione (fig. 3) le imprese fino a 4 occupati sono il 32% seguite da quelle che hanno un numero di addetti compreso tra 5 e 9 (21%), da 15 a 49 (20%) mentre le imprese con più di 50 addetti sono il 15% dei rispondenti.

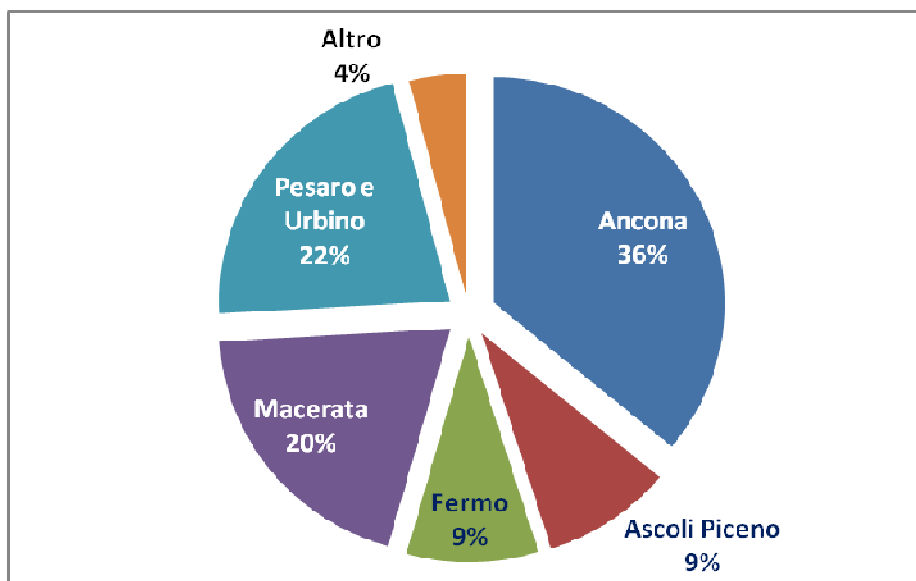
Fig. 3 - Dimensione delle imprese per addetti (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Infine il dato disaggregato per provincia con le imprese residenti in provincia di Ancona che incidono per il 36% (10 punti in più rispetto alla reale distribuzione per provincia delle imprese marchigiane attive a luglio 2010) quelle di Pesaro e Urbino per il 22% (23,8% nella realtà); quelle di Macerata per il 20% (tre punti percentuali in meno rispetto la reale distribuzione); Ascoli Piceno per il 9% (4,4 punti sotto) e quelle di Fermo per il 9% (3,9 punti percentuali sotto) nel *panel* ritroviamo anche un 4% di imprese che ha scelto altro, facendo riferimento non tanto alla sede operativa dell'azienda quanto alla sede legale.

Fig. 4 - Provincia delle aziende rispondenti (val. %)

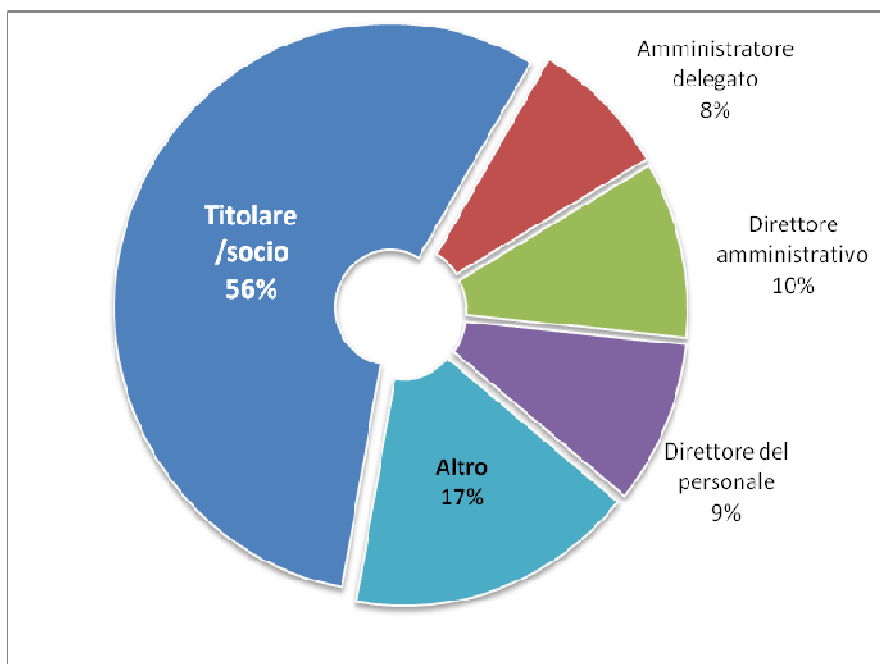


Fonte: indagine Censis, 2010

2.1. Hanno risposto i titolari e i manager delle imprese: prevalentemente maschi e laureati

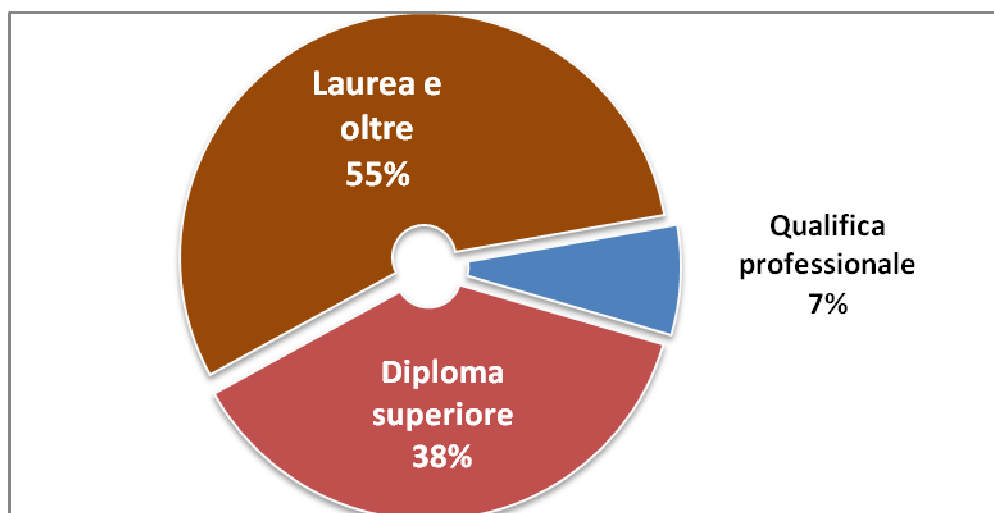
A compilare il questionario sono stati, prevalentemente, i titolari dell'azienda interpellata o chi ne ricopre un ruolo apicale: amministratore delegato, direttore amministrativo o responsabile del personale (fig. 5); prevalentemente laureato e/o diplomato (fig. 6) e maschio (fig. 7). Una figura sicuramente in grado di esporre la situazione aziendale sia in riferimento all'attuale congiuntura economica che in riferimento ai fabbisogni professionali e formativi che si sono indagati.

Fig.5 - Ruolo del rispondente all'indagine (val. %)



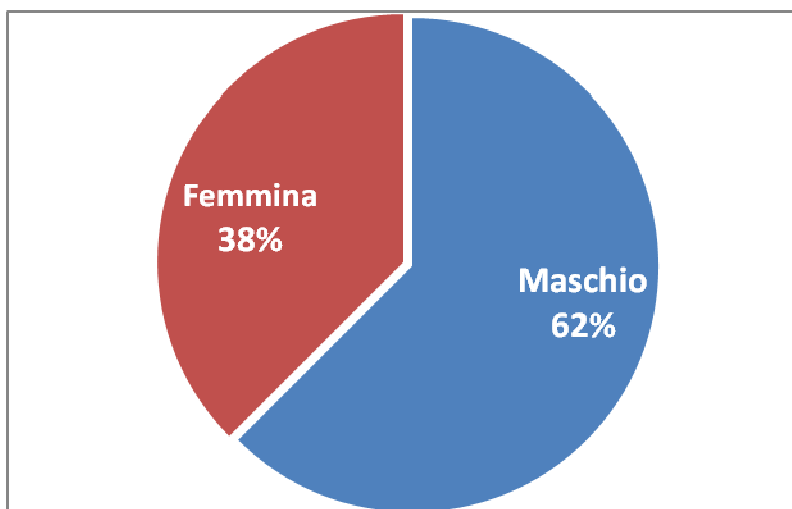
Fonte: indagine Censis, 2010

Fig. 6 - Titolo di studio del rispondente (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Fig. 7 - Sesso del rispondente (val. %)

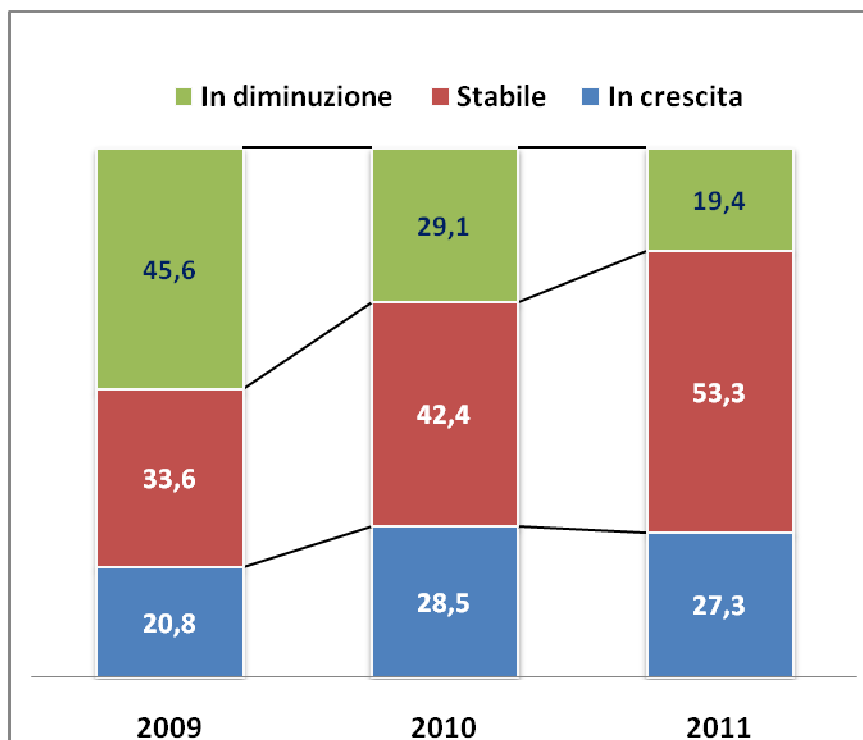


Fonte: indagine Censis, 2010

2.2. Un tessuto imprenditoriale che ha tenuto, soprattutto sul versante occupazionale, ma che è pessimista per il futuro

Dall'indagine emerge chiaramente come il 2009 sia stato l'anno più difficile per le imprese marchigiane con quasi la metà delle aziende che ha visto ridursi il fatturato rispetto ad un 2008 già non brillante (fig. 8). In questo 2010 e ancor più nelle previsioni sul 2011 si nota una sostanziale tenuta, con la quota maggioritaria di chi riesce a tenere il proprio fatturato: una sorta di argine difensivo in attesa di capire meglio cosa succederà in futuro, quale piega potrà prendere il post-crisi, se di superamento della crisi è lecito parlare. Non va comunque trascurato quel terzo di aziende che sia quest'anno che, in previsione, nel prossimo prevede di incrementare il proprio fatturato.

Fig. 8 - Andamento e previsioni sul fatturato (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Analizzando i dati sull'andamento e la previsione di fatturato per settori produttivi (tab. 1) si nota come sia stato soprattutto il comparto manifatturiero, seguito da quello edile, a pagare il tributo maggiore alla crisi: nel 2009 ben il 64,4% delle imprese manifatturiere ha visto ridursi il proprio fatturato rispetto all'anno precedente. Anche nel 2010 il comparto manifatturiero ha visto un 30% circa di imprese che ha ulteriormente diminuiti il fatturato, bilanciato, però, da una quota pressoché analoga che lo segnala in crescita.

Tab. 1 - Andamento e previsioni di fatturato per settore (val. %)

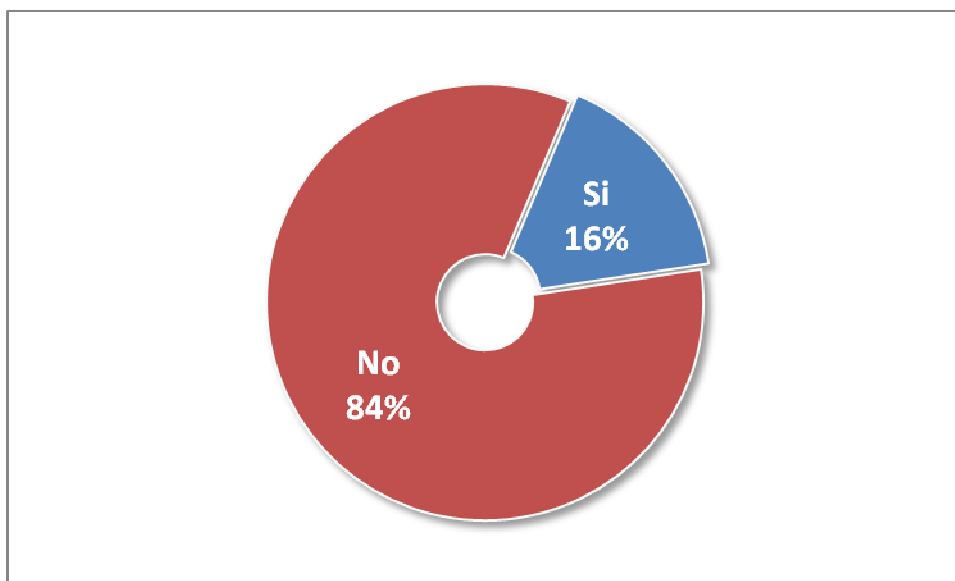
	Costruzioni	Manifatturiero	Commercio	Servizi alle imprese	Altri servizi	Altro settore
2009						
In crescita	22,4	12,7	29,2	23,4	24,5	22,4
Stabile	30,6	22,9	31,1	45,5	41,7	50,0
In diminuzione	47,1	64,4	39,8	31,2	33,8	27,6
2010						
In crescita	14,4	31,3	31,7	23,6	28,8	38,3
Stabile	47,8	39,3	39,5	49,7	42,4	38,3
In diminuzione	37,8	29,4	28,7	26,7	28,8	23,3
2011						
In crescita	20,0	31,5	31,9	25,4	18,7	31,3
Stabile	54,3	49,2	53,2	58,7	56,9	47,9
In diminuzione	25,7	19,4	14,9	15,9	24,4	20,8

Fonte: indagine Censis, 2010

Nel comparto delle costruzioni, invece, anche il 2010 si presenta in rosso con una quota consistente (37,8%) di imprese che dichiara un fatturato in diminuzione rispetto al 2009 e solamente un 14% che riesce ad invertire la tendenza. I servizi, in genere, sembrano tenere meglio degli altri comparti, mentre nel commercio/turismo permane una quota vicina al 30 per cento che cresce in tutti e tre gli anni e una fetta consistente di imprese che mantengono la propria quota di mercato. Considerando le sole previsioni per il 2011 si nota una visione attendista con la metà delle imprese che pensa di mantenere invariato il proprio fatturato, in ciascun settore produttivo, e ancora il comparo delle costruzioni a far segnare il primato negativo tra le imprese che prevedono un fatturato ancor in diminuzione (il 25,7%) seguiti dai fornitori di servizio non alle imprese con il 24,4% di chi prevede un fatturato in diminuzione.

Si è poi chiesto alle imprese se fossero iscritte ad un fondo paritetico interprofessionale. Le risposte date non dovrebbero lasciare adito a dubbi (fig. 9): solo una esigua minoranza, il 16% delle imprese, risulterebbe iscritta ad un fondo paritetico professionale e, considerando che rispondono prevalentemente i titolari e gli amministratori, questo dato non dovrebbe essere messo in discussione. Sennonché si scopre, dai principali gestori dei fondi interprofessionali (*Fondimpresa*, *Forte*) che circa la metà delle imprese marchigiane risultano iscritte ad un Fondo. Come spiegarlo? Indagando (anche durante i *focus group* realizzati per il progetto nelle varie province) si capisce che spesso gli stessi imprenditori non sono consapevoli di essere iscritti ad un fondo interprofessionale. L'iscrizione è, infatti, senza oneri per l'impresa e questo comporta che siano, spesso, i consulenti fiscali a prendere tale decisione all'insaputa del titolare che, se anche informato, se ne dimentica facilmente.

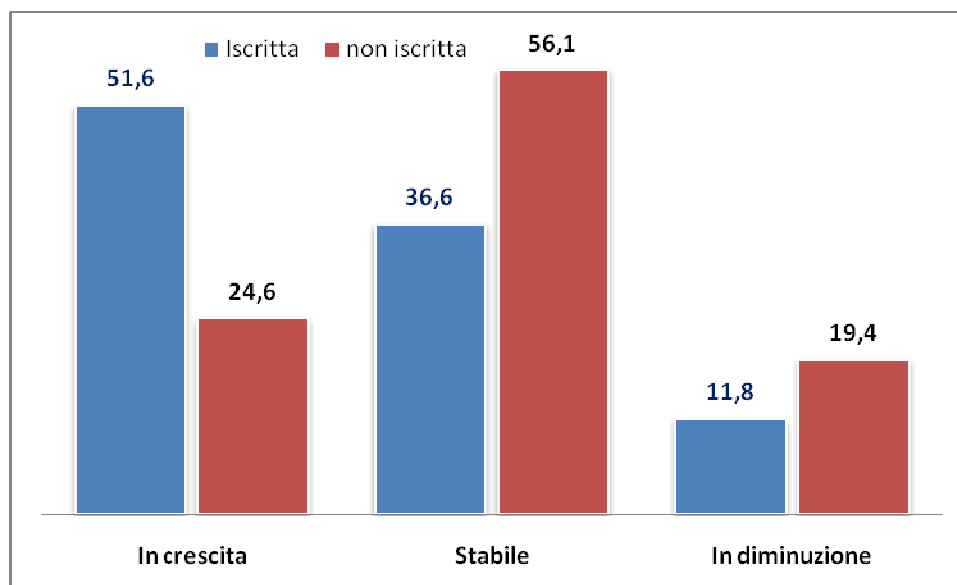
Fig. 9 - Aziende che dichiarano di essere iscritte o meno ad un fondo paritetico (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Infine una curiosità ottenuta mettendo in correlazione le previsioni di fatturato per il 2011 con l'essere o meno iscritti ad un fondo paritetico interprofessionale (fig. 9): le imprese iscritte hanno previsioni sul fatturato molto più positive rispetto alle non iscritte. In particolare tra chi stima il proprio fatturato in crescita, la percentuale fatta registrare dalle imprese iscritte è doppia rispetto alle non iscritte (o, meglio alle inconsapevoli, per quello che si diceva sopra), così come sensibilmente più bassa è la percentuale delle imprese che prevedono una flessione del fatturato. Tutto questo è probabilmente spiegabile col fatto che le imprese consapevoli di essere iscritte ad un fondo paritetico interprofessionale, sono spesso le più grandi e strutturate, meglio attrezzate, dunque, per guardare con cauto ottimismo al futuro. I dati di Unioncamere, riferiti al terzo trimestre 2010, confermano infatti che segnali positivi di ripresa provengono soprattutto da parte delle imprese di dimensioni maggiori, mentre le aziende più piccole e le imprese artigiane mostrano evidenti difficoltà a sostenere il ritmo di crescita delle prime.

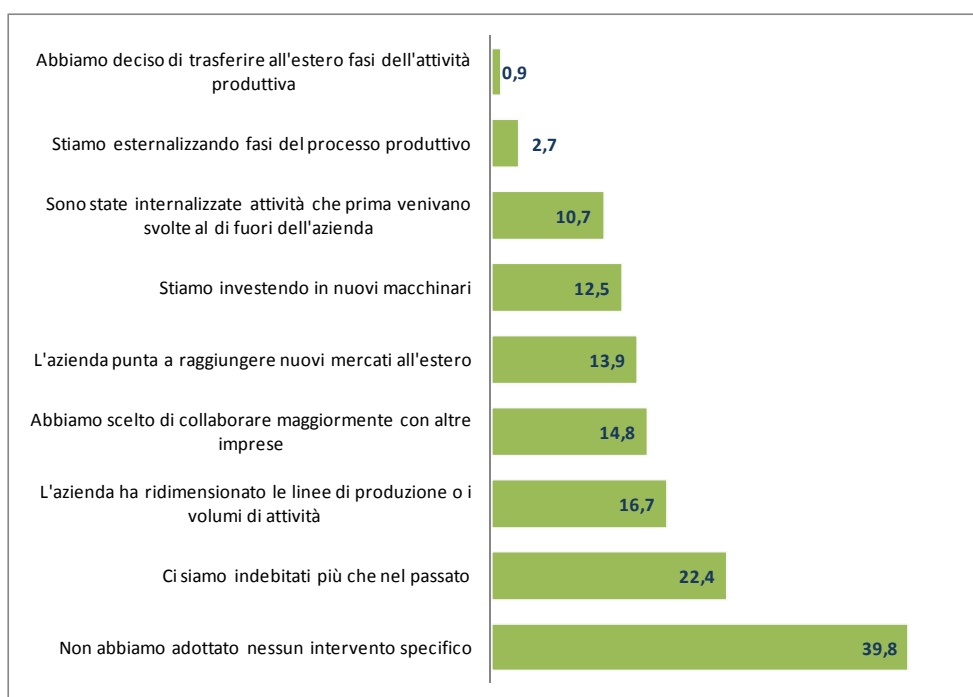
Fig. 9 bis - Previsioni sul fatturato 2011 per aziende iscritte o meno ai fondi paritetici
(val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Di fronte alla crisi le imprese non sembrano aver messo in atto particolari strategie, limitandosi, nella maggior parte dei casi a resistere (fig. 10). Le percentuali maggiori sono di chi dichiara di non aver adottato nessun intervento specifico (il quaranta per cento delle imprese rispondenti) seguite da chi ammette di essersi indebitato più che negli precedenti (22,4%). Non mancano, comunque, imprese che hanno tentato strategie proattive per far fronte alla crisi: dal tentativo di collaborare maggiormente con le altre imprese (14,8%), all'allargamento dei mercati esteri (13,9%), all'investimento in nuovi macchinari (12,5%), fino al rientro in azienda di attività che venivano date in outsourcing (10,7%). Quasi nessuno ha preso in considerazione l'ipotesi di trasferire all'estero la propria produzione (0,9%).

Fig. 10 - Interventi messi in atto per far fronte alla crisi (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Tra i settori meno propensi ad un'attesa passiva si segnala quello manifatturiero (solo il 19% dichiara di non aver adottato nessun intervento specifico - tab. 2) mentre attendiste sono state le strategie messe in atto dal comparto dei servizi (58,1%) e del commercio (50,3%). Di contro, le

aziende manifatturiere sono quelle che più di tutte stanno cercando di raggiungere nuovi mercati all'estero (28,5%) e che riportano all'interno del ciclo di produzione le attività esternalizzate precedentemente (19%). Le imprese che più delle altre dichiarano di essersi indebitate sono quelle del comparto costruzioni (34,8%).

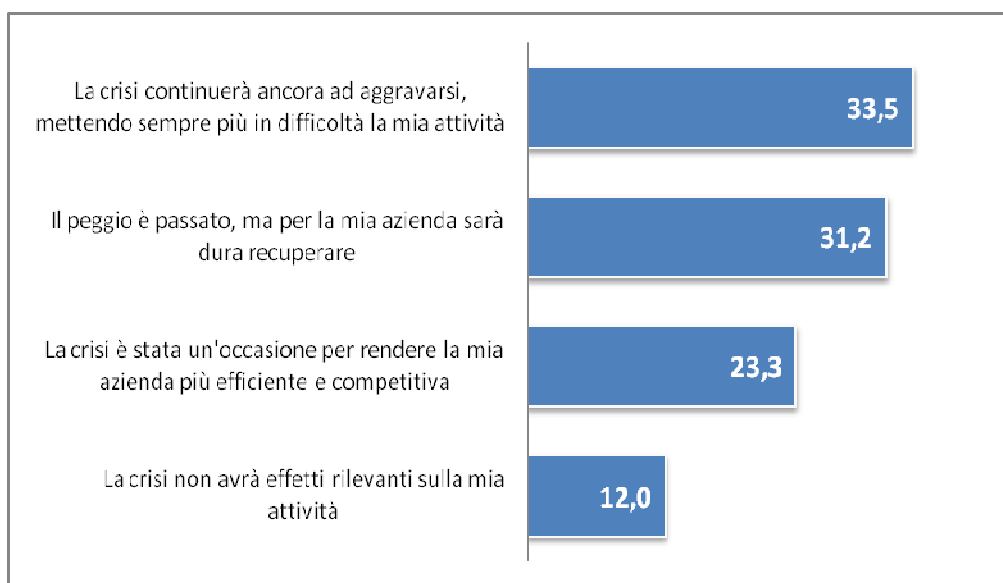
Tab. 2 - Interventi messi in atto per far fronte alla crisi, per settore produttivo (val. %)

	Costruzioni	Manifatturiero	Commercio, alberghi e ristoranti	Servizi alle imprese	Altri servizi	Altro settore
Non abbiamo adottato nessun intervento specifico	31,5	19,3	50,3	51,2	58,1	51,7
Ci siamo indebitati più che nel passato	34,8	24,1	20,3	20,0	18,2	18,3
L'azienda ha ridimensionato le linee di produzione o i volumi di attività	26,1	26,9	12,4	7,1	9,5	6,7
Abbiamo scelto di collaborare maggiormente con altre imprese	22,8	15,5	7,3	17,6	14,9	13,3
L'azienda punta a raggiungere nuovi mercati all'estero	9,8	28,5	9,0	5,9	2,0	10,0
Stiamo investendo in nuovi macchinari	4,3	23,7	7,3	4,7	6,1	18,3
Sono state internalizzate attività che prima venivano svolte al di fuori dell'azienda	9,8	19,0	7,3	5,9	4,7	6,7
Stiamo esternalizzando fasi del processo produttivo	2,2	6,0	0,6	1,8	0,0	1,7
Abbiamo deciso di trasferire all'estero fasi dell'attività produttiva	0,0	2,2	0,6	0,6	0,0	0,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2010

Malgrado questa sostanziale tenuta, che ha permesso di superare quello che sembra il periodo peggiore, le previsioni per il futuro sono improntate al pessimismo: il 33,5% delle imprese pensa, infatti, che la crisi continuerà ad aggravarsi, mettendo sempre più in difficoltà la propria attività, a cui si aggiunge il 31,2% di quanti ritengono che il peggio sia passato, ma per la propria azienda sarà dura recuperare il terreno perduto in questi due anni. Un fronte pessimista che assomma il 65% delle imprese, in parte bilanciato da quel 23% che ritiene la crisi sia stata un'occasione per rendere l'azienda più efficiente e competitiva (fig. 11).

Fig. 11 - Previsioni sugli effetti della crisi in riferimento alla propria azienda (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Passando in rassegna i comparti produttivi si scopre che le più sfiduciate sono le imprese di costruzione (tab. 3): quasi un'impresa su due (il 46,3% delle imprese del comparto) ritiene infatti che la crisi continuerà ancora ad aggravarsi, a fronte di un residuo 13,4% che valuta il periodo di crisi come un'occasione per rendere l'azienda più efficiente e maggiormente competitiva. Chi considera la crisi ormai superata, è il 43,6% delle imprese manifatturiere anche se, ammettono, sarà difficile recuperare le quote di mercato precedenti. Le percentuali più alte tra le imprese che ritengono la crisi sia stata un'occasione per rendersi più efficienti e competitivi, le

ritroviamo nel commercio (28%) e nei servizi alle imprese (27,2%) anche se non sempre questa voce è da leggersi in modo del tutto positivo: per molte imprese una maggiore efficienza la si ottiene rendendo l'azienda più snella, in primis riducendo il personale. Infine, tra quanti ritengono che la crisi non avrà effetti rilevanti sulla propria attività, si trovano le imprese di servizio (non alle imprese, con il 17,3%) le imprese legate al commercio e al turismo (15,9%) e le imprese che non riconoscendosi tra le categorie proposte, si sono auto definite come altro settore (con il 26,5%) senza specificare ulteriormente.

Tab. 3 - Previsioni sugli effetti della crisi in riferimento alla propria azienda, per settore produttivo (val. %)

	Costruzioni	Manifatturiero	Commercio, alberghi e ristoranti	Servizi alle imprese	Altri servizi	Altro settore
La crisi non avrà effetti rilevanti sulla mia attività	14,9	5,5	15,9	10,4	17,3	26,5
La crisi è stata un'occasione per rendere la mia azienda più efficiente e competitiva	13,4	22,0	28,0	27,2	24,0	20,4
Il peggio è passato, ma per la mia azienda sarà dura recuperare	25,4	43,6	25,0	24,0	26,0	16,3
La crisi continuerà ancora ad aggravarsi, mettendo sempre più in difficoltà la mia attività	46,3	28,9	31,1	38,4	32,7	36,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2010

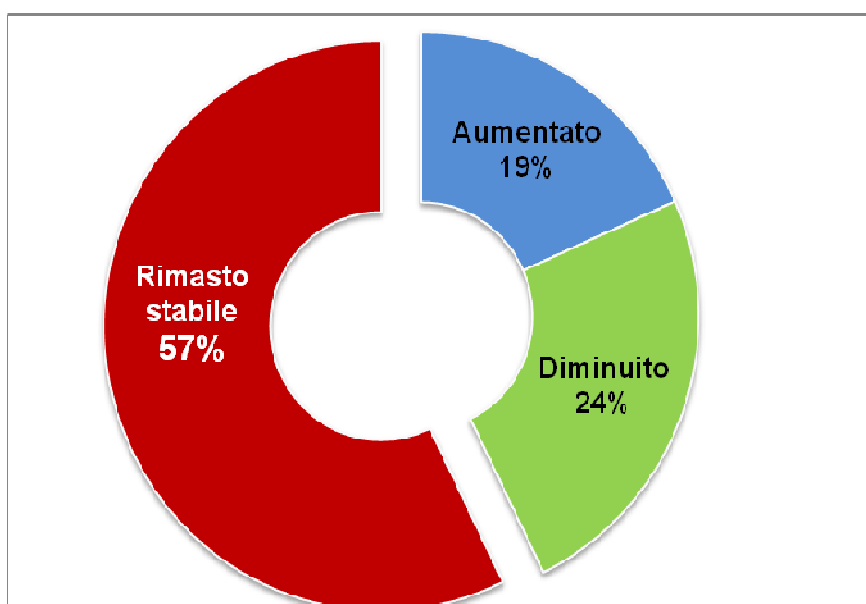
L'occupazione ha tenuto, in un quadro di ripresa economica ancora debole, soprattutto facendo ricorso alla Cassa Integrazione in Deroga.

Solo il 24% delle aziende interpellate dichiara di aver ridotto il proprio organico rispetto l'anno precedente (che comunque è stato, finora, l'anno

peggiore - fig. 12). Il 38,3% delle imprese dichiara di aver mantenuto per intero il proprio organico, malgrado le difficoltà (fig. 13) a cui si aggiunge un ulteriore 27% che afferma di non avere nessun problema legato all'occupazione. Le imprese che hanno fatto ricorso ad ammortizzatori sociali (prevalentemente, come si è visto, la Cassa Integrazione in Deroga) sono il 22,2% del totale a cui si aggiunge un ulteriore 15% di chi ha bloccato (o quantomeno ridotto) il ricorso agli straordinari dei propri dipendenti.

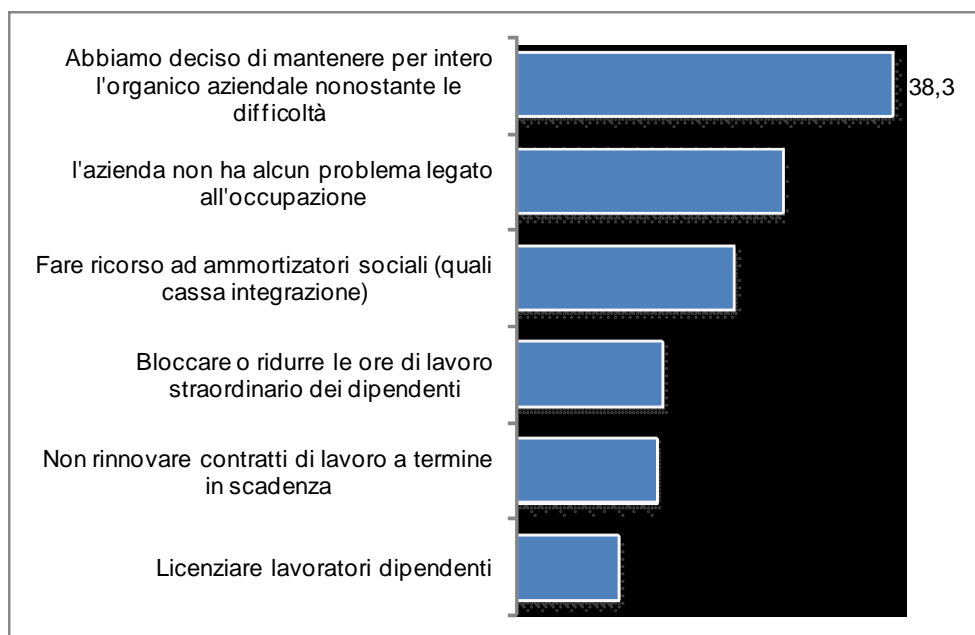
Solo il 14,4% ha scelto di non rinnovare i contratti a termine e il residuo 10,5% ammette di essere stato costretto a licenziare i propri dipendenti.

Fig. 12 - Andamento dell'organico aziendale rispetto al 2009 (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Fig. 13 - Effetti della congiuntura economica sull'occupazione (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

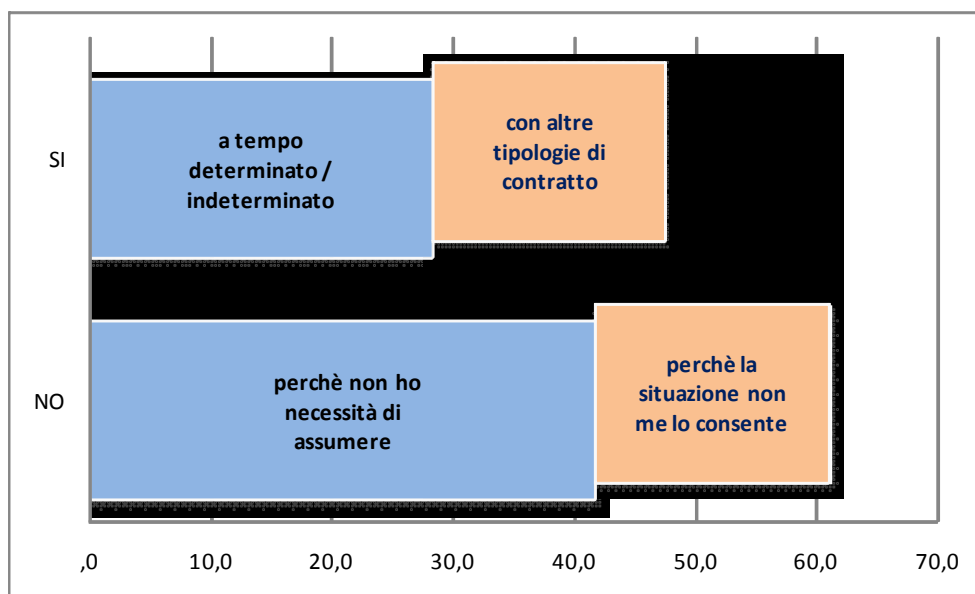
2.3. Poche le aziende che pensano di assumere personale. Chi lo fa cerca tra i propri conoscenti e non ha difficoltà a reperire le professionalità che cerca

Coerentemente con i dati citati, più del 60% delle imprese non risulta intenzionata ad assumere nel prossimo biennio: il 41,8% perché dichiara di non avere nessuna necessità in tal senso e un ulteriore 19,3% perché, ammette, l'attuale situazione non glielo consente. Chi pensa di assumere (il residuale 38,9%) lo farà con contratti a tempo indeterminato o determinato (28,3%) oppure facendo ricorso ad altre tipologie contrattuali come i contratti interinali, le collaborazioni a progetto, i contratti di apprendistato e/o stagionali (il 19,2% - le risposte sommate superano quota 40% perché in alcuni casi i rispondenti dichiaravano che avrebbero assunto sia personale a tempo indeterminato che personale con contratti differenti). Esaminando le risposte per settore produttivo si scopre (tab. 4) che le imprese manifatturiere sono quelle più propense ad assumere personale con contratti a tempo indeterminato o determinato nel prossimo biennio (32,6%), mentre nel comparto del commercio e turismo si fa registrare la quota più alta tra le aziende che pensano di assumere

personale con forme contrattuali flessibili (22,3%) seconde solamente alle imprese annoverate su “altro settore”.

Le imprese di costruzioni sono le più refrattarie ad assumere: il 48,4% dichiara di non avere nessuna necessità a cui si aggiunge un ulteriore 19% di chi dichiara che la situazione attuale non glielo consente; seguite dalle aziende che offrono servizi alle imprese. Il *vorrei ma non posso* è dichiarato esplicitamente dal 21% delle aziende del manifatturiero e dal 20% delle imprese del commercio, alberghi e ristoranti

Fig. 14 - Prevede di assumere personale, nei prossimi due anni? (val. %)



Erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2010

Tab. 4 - Previsioni di assunzione disaggregate per settore produttivo (val. %)

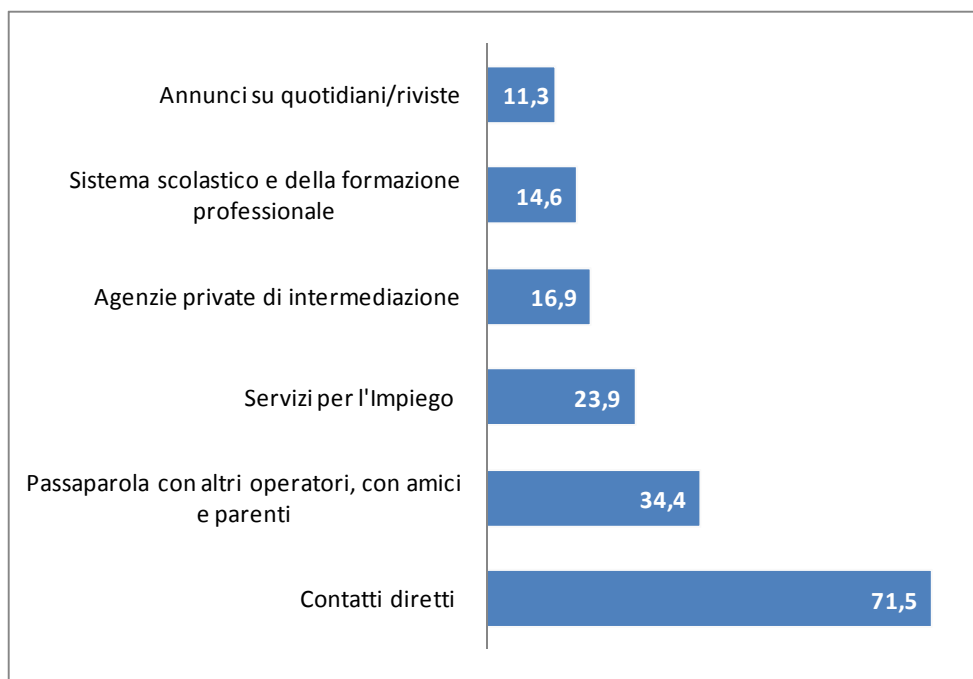
settori	Costruzioni	Manifatturiero	Commercio, alberghi e ristoranti	Servizi alle imprese	Altri servizi	Altro settore	Totale
No, perchè non ho necessità di assumere	48,4	39,1	41,5	45,3	39,6	41,5	41,8
No, perchè la situazione della mia azienda non me lo consente	18,9	20,9	19,7	18,8	17,0	18,5	19,3
Sì, lavoratori con contratto a tempo indeterminato/determina to	22,1	32,6	28,2	22,7	32,1	23,1	28,3
Sì, lavoratori con altre tipologie di contratto (interinale, collaboraz. a progetto, apprendistato, stagionale, ecc)	12,6	16,6	22,3	19,9	20,1	27,7	19,2

Il totale delle percentuali di colonna potrebbe essere diverso da 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2010

Il personale di cui si ha bisogno viene reclutato quasi esclusivamente facendo ricorso alla propria rete di conoscenze, siano queste di natura parentale o professionale (fig. 15). Solo il 24% si rivolge ai centri per l'impiego, cioè alle strutture pubbliche deputate alla intermediazione tra domanda e offerta di lavoro, tallonate dalle agenzie private di intermediazione con il 17% delle scelte. Minoritario il ricorso al sistema della formazione professionale e agli annunci sulla stampa.

Fig. 15 - Canali di reclutamento del personale impiegato presso l'azienda (val. %)

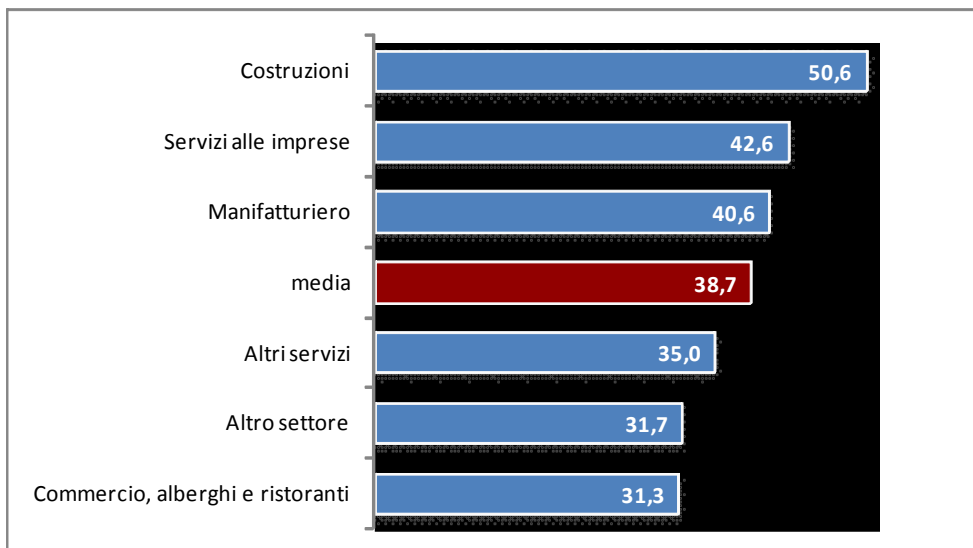


Erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2010

Più di un terzo delle imprese ha, poi, difficoltà a reperire il personale di cui ha bisogno. La situazione è particolarmente difficile nel comparto delle costruzioni dove un'azienda su due denuncia difficoltà in tal senso. Minori difficoltà sembrano averle gli albergatori, i ristoratori e i commercianti in genere (fig. 16).

Fig. 16 - Percentuale di chi trova, o ha trovato, difficoltà a reperire il personale di cui ha bisogno, per settore (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

2.4. I titolari di impresa denunciano carenze nelle conoscenze linguistiche e gestionali, sarebbero disposti a frequentare brevi corsi di aggiornamento ma meno della metà lo ha fatto negli ultimi tre anni

Per entrare nel merito dei fabbisogni, in termini di conoscenze e competenze utili alle imprese per pianificare le proprie strategie di crescita, si è iniziato sondando le lacune che gli stessi rispondenti (per lo più titolari o manager) si riconoscono. Ne esce il quadro di una classe imprenditoriale che, per il 38% dei casi, non si riconosce particolari carenze a cui segue una forte denuncia sulle proprie lacune linguistiche (31,5%) e quelle di stampo organizzativo – gestionali. Queste ultime paiono particolarmente importanti perché segnalano un’attenzione più evoluta; un’auto riflessione sulle propria preparazione tecnica, verrebbe da dire, “su come si fa il proprio mestiere”. Con la stessa chiave interpretativa si potrebbero leggere le indicazioni relative alla scarsa conoscenza del marketing (fig. 17).

Fig. 17 - Conoscenze personali di cui il rispondente (*imprenditore*) avverte la mancanza (val. %)



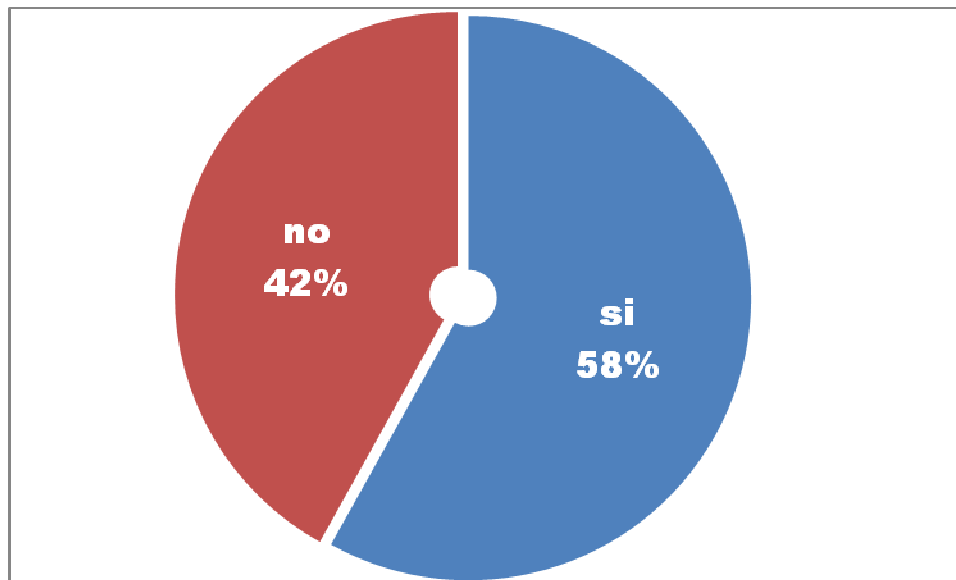
Erano possibili più risposte.

Fonte: indagine Censis, 2010

Malgrado sia solo il 38,2% degli imprenditori a dichiarare di non avere particolari lacune da colmare sul fronte delle conoscenze, la percentuale di chi non è disposto a frequentare neanche brevi attività formative sale al 42% (fig. 18) corroborata dal 58% di titolari e imprenditori che invece si dichiara disponibile a frequentare brevi attività di aggiornamento professionale.

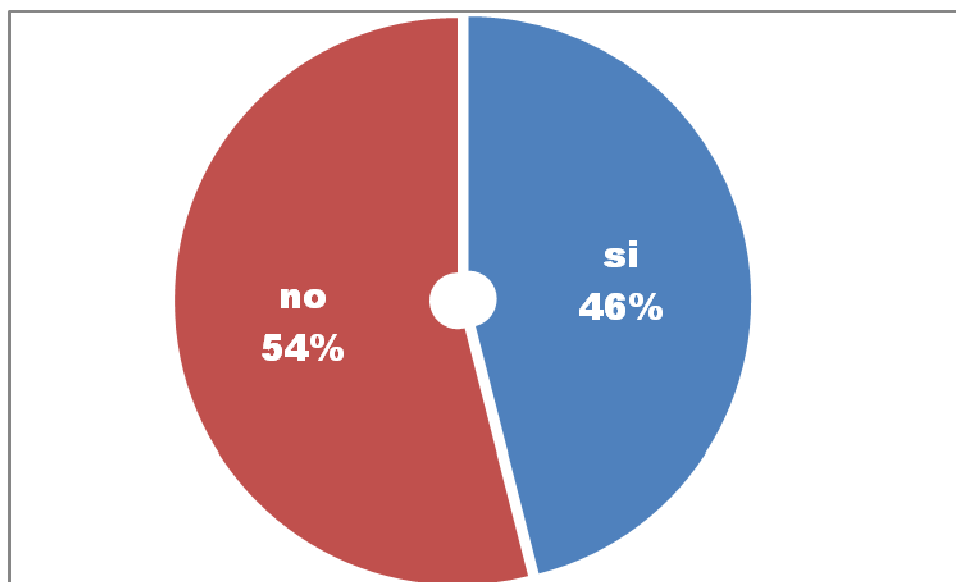
Indagando oltre, e cioè verificando quanti tra i rispondenti, abbiano fruito di qualche intervento formativo negli ultimi tre anni, le posizioni si rovesciano: il 54% non ha partecipato a nessun tipo di intervento di natura formativa (fig. 19). Per il 46% che ne ha fruito il giudizio sulla formazione non è affatto deludente (fig. 20): la formazione ricevuta è percepita come utile (55%) o molto utile (36%) portando la quota dei soddisfatti al 91% del totale. Solo un residuale 1% la definisce del tutto inutile.

Fig. 18 - Disponibilità a frequentare brevi attività di aggiornamento professionale, per sé stessi (val. %)



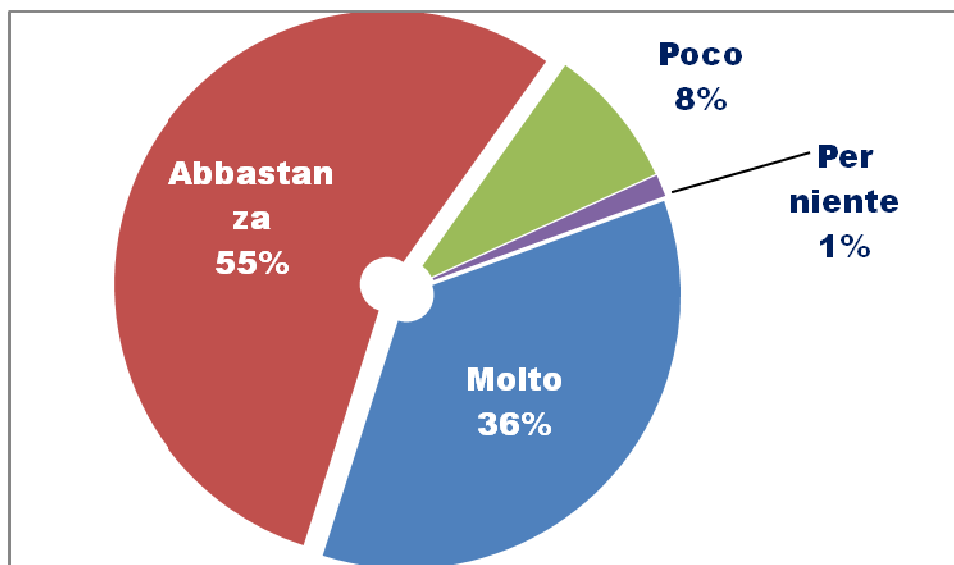
Fonte: indagine Censis, 2010

Fig. 19 - Ha fruito di interventi di formazione negli ultimi tre anni (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Fig. 20 - Utilità percepita della formazione fruita per se (val. %)

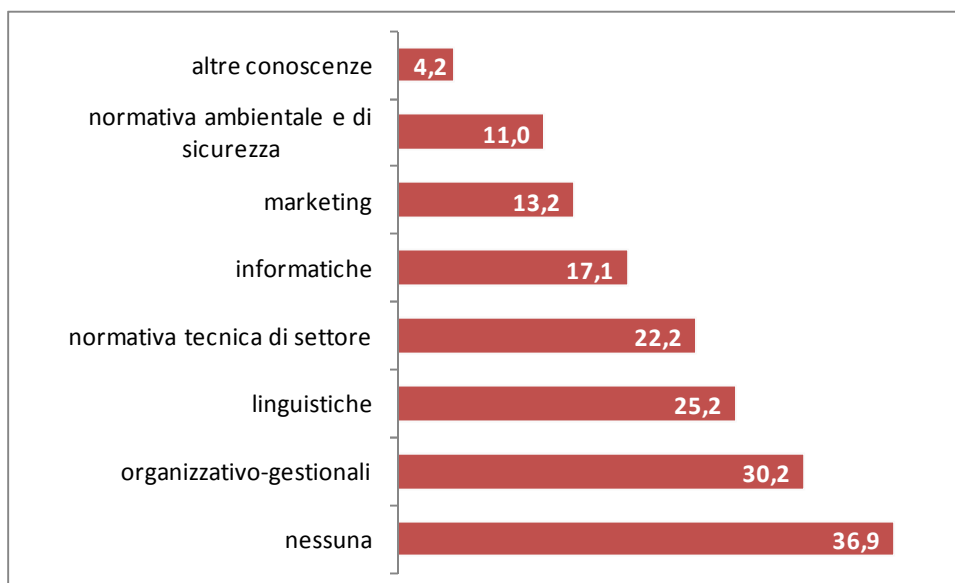


Fonte: indagine Censis, 2010

Anche per il proprio personale, le conoscenze avvertite come carenti riguardano gli aspetti organizzativi e linguistici. Le imprese sono favorevoli a far frequentare corsi di aggiornamento al proprio personale, sono soddisfatte dei risultati raggiunti con la formazione impartita che si sono, spesso, autofinanziata.

Anche in riferimento al proprio personale, la quota di quanti non riscontrano nessuna carenza conoscitiva, è maggioritaria (36,9% - fig.21), seguono segnalazioni relative alle scarse conoscenze in ambito organizzativo/gestionale (30,2%), a quelle linguistiche (25,2%) e a quelle sulla normativa tecnica di settore (22,2%). I dati disaggregati per settore mostrano essere il comparto delle costruzioni quello in cui, più di altri, si ravvisa la carenza di conoscenze specifiche, relative alla normativa tecnica di settore (30,8%) e alla normativa ambientale e di sicurezza (25,3%); A lamentare maggiormente la carenza di conoscenze linguistiche sono gli esercizi commerciali (28,9%) e il manifatturiero (27,6%) che lamentano lacune anche sul versante dell'informatica. Il comparto turistico è quello dove maggiore risulta la consapevolezza delle carenze relative al marketing (19,4% - tab. 5).

Fig. 21 - Conoscenze di cui si riscontra la mancanza tra i propri occupati (val. %)



Erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2010

Tab. 5 - Conoscenze di cui si segnala la mancanza in riferimento ai propri occupati, per settore (val. %)

settori	Costruzioni	Manifatturiero	Commercio, alberghi e ristoranti	Servizi alle imprese	Altri servizi	Altro settore
Nessuna	38,5	36,2	37,2	36,6	39,2	32,8
Organizzativo-gestionali	34,1	32,8	29,4	25,7	29,4	28,1
Linguistiche	14,3	27,6	28,9	24,6	24,2	21,9
Normativa tecnica di settore	30,8	20,4	11,1	22,9	28,8	32,8
Informatiche	11,0	18,3	18,3	17,7	17,6	14,1
Marketing	4,4	12,4	19,4	12,0	11,8	18,8
Normativa ambientale e di sicurezza	25,3	10,2	7,8	8,0	7,2	20,3
Altre conoscenze	3,3	4,6	5,6	3,4	3,3	3,1

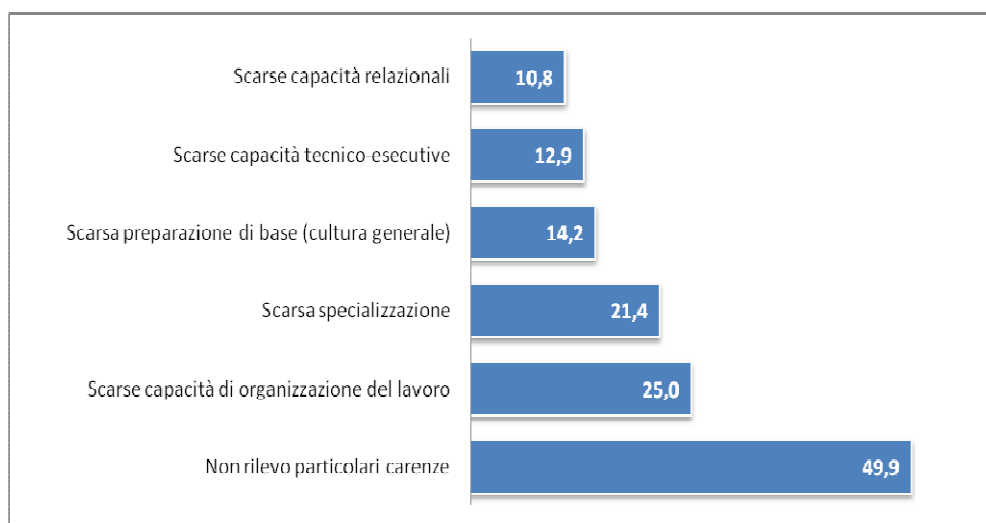
Il totale potrebbe essere superiore a 100 perchè erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2010

Oltre l'ambito delle conoscenze, si è voluta indagare anche l'eventuale carenza in merito alla preparazione professionale degli occupati nelle imprese marchigiane rispondenti: si nota una crescente difficoltà a mettere a fuoco il problema specifico, tant'è che la metà del *panel* dichiara di non ravvisare alcuna particolare carenza, frutto probabilmente più della difficoltà a capire cosa si stesse chiedendo nello specifico che di una vera e propria autosufficienza sul versante della preparazione professionale.

Fatta salva questa puntualizzazione, sono le capacità organizzative ad essere segnalate come maggiormente carenti da un'impresa su quattro (e, dunque, dalla metà delle imprese che ravvisano particolari carenze sul versante della preparazione professionale – fig. 22), a cui segue la segnalazione di una scarsa specializzazione (21,4%), di una scarsa preparazione culturale di base (14,2%), di scarse capacità tecnico esecutive (12,9%) e si affaccia, seppur all'ultimo posto con il 10,8% delle segnalazioni, anche la consapevolezza sulle scarse capacità relazionali.

Fig. 22 - Carenze segnalate rispetto alla preparazione professionale dei propri dipendenti (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Disaggregando le risposte per settore imprenditoriale di appartenenza, si nota che a non rilevare particolari carenze sono soprattutto le imprese del commercio e del turismo (57,2% - tab. 6); a segnalare una scarsa capacità

nell'organizzazione del lavoro è il 32,6% delle imprese del comparto costruzioni che si segnalano anche per denunciare la scarsa preparazione culturale di base del proprio personale (21,7%, la percentuale più alta fatta registrare per questa particolare voce).

Una scarsa specializzazione è dichiarata soprattutto dalle imprese manifatturiere (23,5%) e dalle imprese di servizi (22,5%), mentre le scarse capacità relazionali sono segnalate maggiormente da chi offre servizi alle imprese (14,9%) e, ancora una volta, dalle imprese del comparto costruzioni (10,9%).

Tab. 6 - Carenze segnalate rispetto alla preparazione professionale dei propri dipendenti, per settore produttivo (val. %)

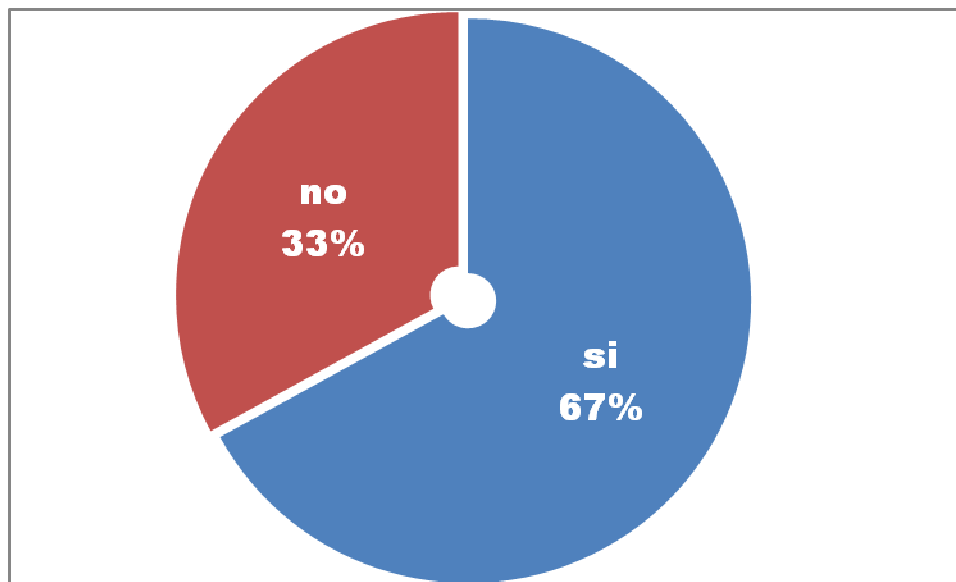
settori	Costruzioni	Manifatturiero	Commercio, alberghi e ristoranti	Servizi alle imprese	Altri servizi	Altro settore
Non rilevo particolari carenze	43,5	43,8	57,2	54,0	55,6	45,3
Scarse capacità di organizzazione del lavoro	32,6	29,6	20,6	19,0	19,9	31,3
Scarsa specializzazione	20,7	23,5	16,7	19,0	22,5	29,7
Scarsa preparazione di base (cultura generale)	21,7	14,2	13,9	14,9	11,3	9,4
Scarse capacità tecnico-esecutive	10,9	16,7	11,7	8,0	9,9	20,3
Scarse capacità relazionali	10,9	9,9	8,9	14,9	10,6	9,4
Altro	0,0	0,9	1,1	1,7	1,3	0,0

Il totale potrebbe superiore a 100 perchè erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2010

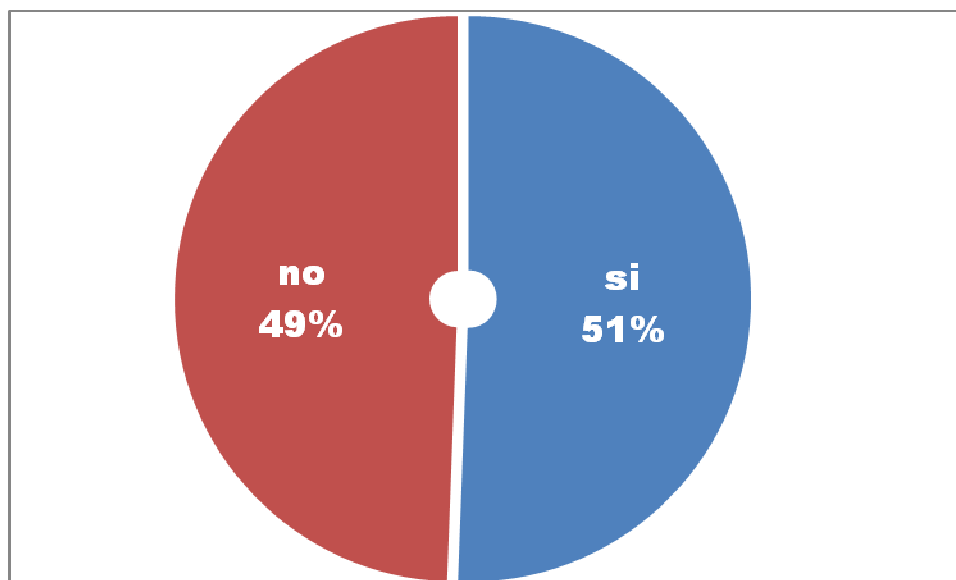
Gli imprenditori interpellati si dichiarano, poi, disponibili a che i propri dipendenti e collaboratori fruiscano di interventi formativi. In tal senso ha risposto il 67% degli interpellati (fig. 23) che confermano come più della metà del proprio organico abbia usufruito di attività formative negli ultimi tre anni (fig. 24).

Fig. 23 - Disponibilità a far fruire attività formative ai propri dipendenti e collaboratori
(val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Fig. 24 - Personale che ha fruito di interventi formativi negli ultimi tre anni (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Gli argomenti trattati, in riferimento alle attività di formazione fruite, sono stati principalmente quelli relativi alla sicurezza sul lavoro (obbligatoria e dunque maggiormente segnalata) l'apprendimento linguistico e informatico (che rimangono degli *ever green* anche se acquistano sfumature differenti nel corso del tempo, come si vedrà in seguito), gli aggiornamenti tecnici specifici per ciascun comparto, e le tematiche afferenti alla gestione del personale, al marketing e alla qualità (tav. 1).

Tav. 1 - Principali argomenti trattati dagli interventi formativi di cui hanno fruito gli occupati delle imprese rispondenti

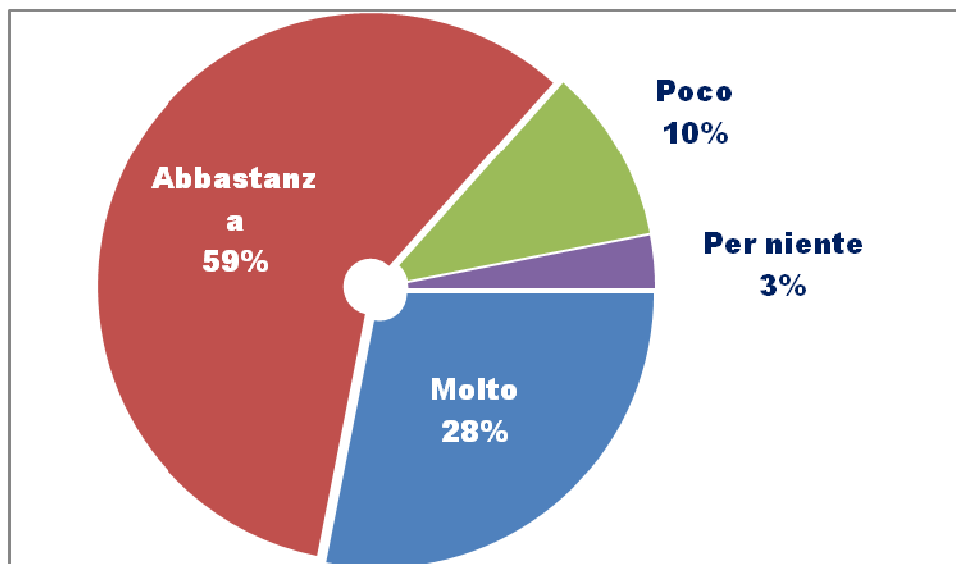
Sicurezza sul lavoro
Lingue
Marketing
Gestione del personale
Informatica
Qualità
Aggiornamenti tecnici specifici

Fonte: indagine Censis, 2010

Anche della formazione impartita ai propri dipendenti e collaboratori, gli imprenditori risultano soddisfatti. Lo asseriscono nell'87% dei casi (fig. 25) e si può affermare che, in questo caso, la loro può essere annoverata come una vera e propria valutazione d'impatto, potendo essi verificare sul campo quanto e come sia stata utile, nella gestione quotidiana delle mansioni, la formazione ricevuta dal proprio personale.

Il 59% dei titolari rispondenti si dichiara abbastanza soddisfatto della formazione ricevuta dai propri dipendenti a cui va ad aggiungersi un ulteriore 28% che si dichiara molto soddisfatto (e va ricordato che quando si danno delle valutazioni generali di tal fatta, sull'insieme del personale che ha fruito di interventi formativi, significa che probabilmente tale formazione è riuscita a fare breccia e a porsi positivamente all'attenzione). Solo il 10% si dichiara poco soddisfatto, mentre la quota di quanti affermano essere insoddisfatti, si ferma al 3%.

Fig. 25 - Utilità percepita rispetto alla formazione fruita dai propri dipendenti (val. %)

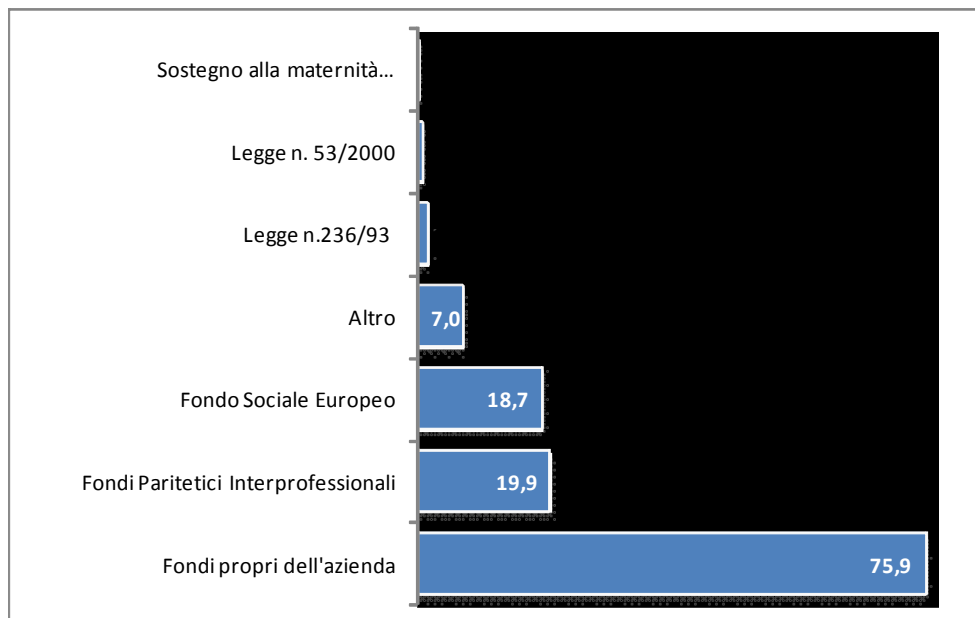


Fonte: indagine Censis, 2010

Si è poi indagato circa la natura dei finanziamenti attraverso i quali si sono realizzati gli interventi di formazione menzionati. Qualche sorpresa, dovuta probabilmente alla scarsa conoscenza sulla natura dei finanziamenti, viene da quel 75% che dichiara come la formazione impartita sia stata attivata con fondi propri dell'azienda. Ci permettiamo di dubitare non del fatto che le imprese finanzino direttamente la formazione del proprio personale, ma che lo facciano in tali proporzioni.

Tra le fonti di finanziamento citate il 20% indica i fondi paritetici interprofessionali, un ulteriore 19% fa riferimento al Fondo Sociale Europeo mentre le altre forme (legge 236/93, legge 53/2000) vengono citate da pochissime imprese (rispettivamente l'1,6% e lo 0,8%).

Fig. 26 - Fonti di finanziamento con i quali sono stati realizzati gli interventi di formazione fruiti dai propri dipendenti (val. %)



Erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2010

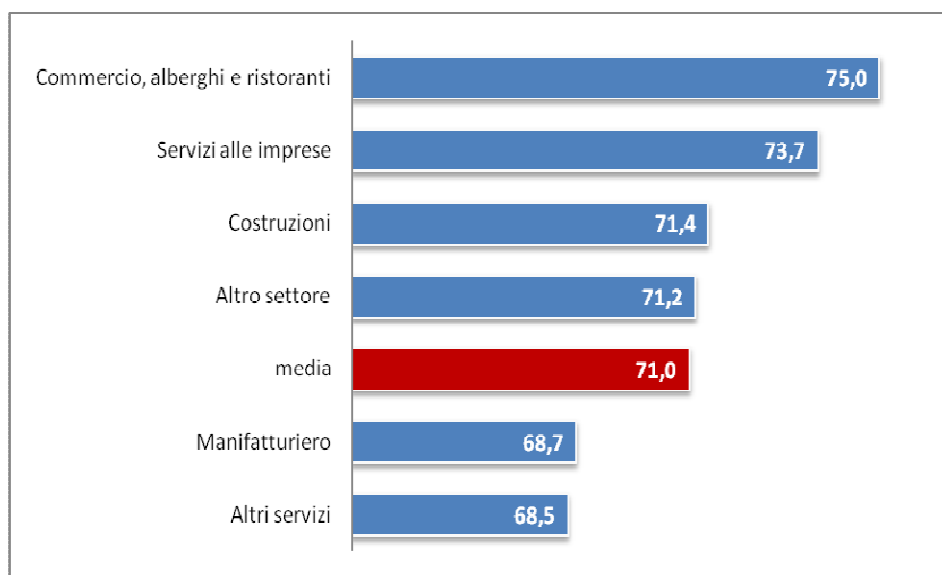
2.5. Sono poche le imprese che ritengono ci sia bisogno di formazione per il proprio personale. Le materie più richieste sono tecniche e informatiche, con buona attenzione per il marketing; tra le capacità quelle organizzative e gestionali, tra i comportamenti l'affidabilità e la collaborazione

A fronte del quadro appena esposto dove si riscontrano imprese che riescono, seppure con difficoltà, ad evidenziare le carenze del proprio personale in termini di conoscenze e competenze professionali e dove si riscontra una grande soddisfazione in riferimento alla formazione impartita ai propri dipendenti; la grande maggioranza delle imprese sembra non

credere troppo nella formazione quale strumento in grado di sopperire alle lacune evidenziate in azienda.

È ben il 71% delle imprese, infatti, a non ritenere che il proprio personale abbia bisogno di riqualificazione, aggiornamento o riconversione professionale (fig. 27). Questo valore medio, cresce di 4 punti se riferito alle sole imprese del comparto turistico e commerciale ma è al disopra della media anche per il comparto costruzioni e dei servizi alle imprese. Poco sotto la soglia si ritrovano solo le imprese del manifatturiero (68,7%) e le altre imprese di servizi (68,55).

Fig. 27 - Percentuale di imprese che non ritiene ci sia bisogno di riqualificazione, aggiornamento o riconversione professionale per le figure professionali che operano nella propria azienda (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

In riferimento al residuale 29% di chi ritiene ci sia bisogno di formazione per i propri collaboratori e dipendenti, si è chiesto quali fossero le figure professionali da coinvolgere in queste attività formative. La tabella 7 ci restituisce uno spaccato per figure professionali e settore di appartenenza. Scorrendo la tabella si nota come la manodopera sia la più segnalata dalle imprese di costruzione e del manifatturiero e che, globalmente, sia stata segnalata dal 35% delle imprese. I tecnici, che si posizionano al secondo posto, sono ancora segnalati dalle imprese del manifatturiero (37,8%) e delle costruzioni (36,8%) cui si aggiungono quelle dei servizi alle imprese (29,4%). Seguono gli amministrativi, segnalati per lo più dalle imprese commerciali e del turismo (37,9%) che sono anche quelle che più spingono per le figure commerciali (44,8%). I quadri e i dirigenti sono segnalati prevalentemente dalle imprese del manifatturiero (23%) mentre gli addetti al marketing (4,4%), al controllo e alla qualità (2%) sono segnalati da una esigua minoranza.

Sugli eventuali contenuti della formazione da impartire si è voluto provare a scandagliare i fabbisogni delle imprese sia in termini di conoscenza (sapere), di capacità (saper fare) e di comportamenti (saper essere).

Le imprese, con tutta evidenza non sono in grado, se non accompagnate, di fare una disamina così puntuale dei propri fabbisogni e le risposte ottenute si sono soffermate prevalentemente sui fabbisogni in termini di conoscenza.

Tab. 7 - Figure professionali avrebbero bisogno di aggiornamento, riqualificazione o riconversione professionale, per settore produttivo (val. %)

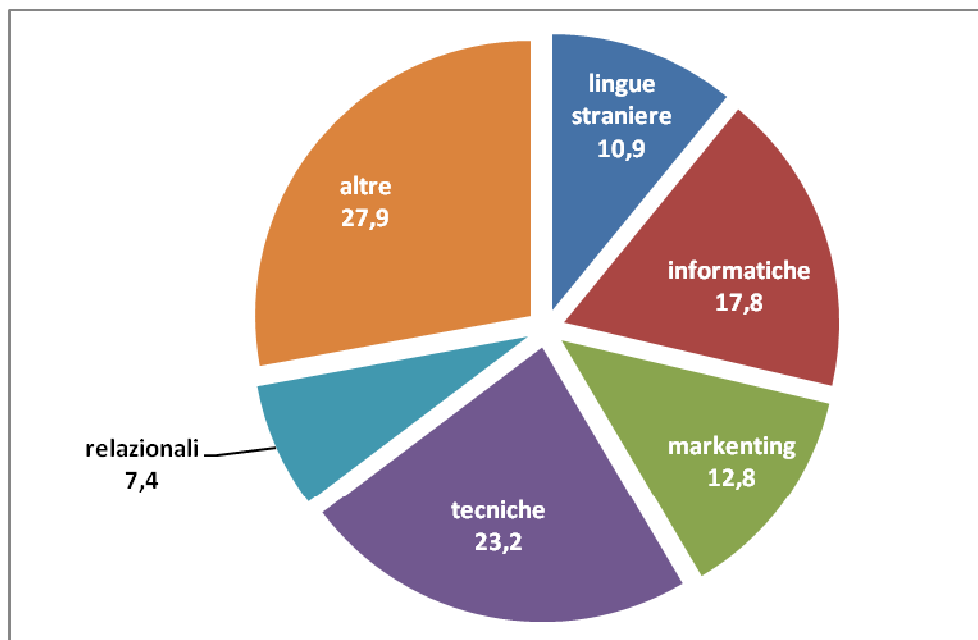
settori	Costruzioni	Manifatturiero	Commercio, alberghi e ristoranti	Servizi alle imprese	Altri servizi	Altro settore	Totale
Manodopera	63,2	43,2	27,6	17,6	17,6	57,1	35,3
Tecnici	36,8	37,8	10,3	29,4	2,9	50,0	27,5
Amministrativi	26,3	23,0	37,9	23,5	17,6	7,1	23,5
Altro	5,3	13,5	24,1	14,7	61,8	28,6	23,5
Commerciali	15,8	20,3	44,8	11,8	17,6	7,1	20,6
Quadri/ dirigenti	15,8	23,0	10,3	5,9	14,7	21,4	16,2
Addetti al Marketing	-	6,8	-	2,9	5,9	7,1	4,4
Addetti al controllo e qualità	5,3	2,7	-	-	-	7,1	2,0

Erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2010

Ne emerge un quadro (fig. 28) in cui, oltre a delle conoscenze puntuali diversificate per singola azienda e ricomprese, qui, sotto la voce altro; sono le conoscenze tecniche quelle maggiormente richieste (23,2% delle aziende). Seguono le conoscenze informatiche (17,8%) con le quali, spesso, non ci si riferisce più ad una alfabetizzazione digitale, quanto piuttosto agli aggiornamenti specifici sui software applicativi, alla programmazione per le macchine automatiche e all'informatizzazione gestionale. Al terzo posto, con il 12,8% delle richieste, si fanno strada le materie inerenti il marketing e, al quarto, con il 10,9% delle indicazioni, si chiede ancora formazione linguistica che, però, va letta nella duplice accezione di formazione sulle lingue straniere per gli occupati amministrativi e commerciali e, sempre più, anche una formazione di italiano L2 per gli immigrati occupati nelle imprese marchigiane. All'ultimo posto si riscontra una inchiesta in riferimento a competenze relazionali, sia rivolte ai clienti esterni che a creare un migliore clima aziendale.

Fig. 28 - Quali dovrebbero essere i contenuti della formazione da impartire alle figure professionali da lei segnalate, in termini di conoscenze? (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Ne emerge un quadro (fig. 28) in cui, oltre a delle conoscenze puntuali diversificate per singola azienda e ricomprese, qui, sotto la voce altro; sono le conoscenze tecniche quelle maggiormente richieste (23,2% delle aziende). Seguono le conoscenze informatiche (17,8%) con le quali, spesso, non ci si riferisce più ad una alfabetizzazione digitale, quanto piuttosto agli aggiornamenti specifici sui software applicativi, alla programmazione per macchine automatiche e all'informatizzazione gestionale. Al terzo posto, con il 12,8% delle richieste, si fanno strada le materie inerenti il marketing e, al quarto, con il 10,9% delle indicazioni, si chiede ancora formazione linguistica che, però, va letta nella duplice accezione di formazione sulle lingue straniere per gli occupati amministrativi e commerciali e, sempre più, anche una formazione di italiano L2 per gli immigrati occupati come manodopera nelle imprese marchigiane. All'ultimo posto si riscontra una inchiesta in riferimento a competenze relazionali, sia rivolte ai clienti esterni che a creare un migliore clima aziendale.

In riferimento alle capacità (saper fare) che la formazione dovrebbe impartire, vengono menzionate in prevalenza le capacità organizzative, quelle tecniche, quelle manuali, la capacità di essere autonomi nello

svolgimento delle proprie mansioni, ma anche capacità più attinenti alla sfera commerciale e gestionale (tav. 2).

Anche in riferimento ai comportamenti (saper essere) le indicazioni emerse non sono sempre coerenti con quanto richiesto. Dalle variegate risposte si possono, però estrapolare alcune indicazioni interessanti: al primo posto viene segnalato lo spirito collaborativo sia verso i colleghi che verso i superiori; ancora una volta l'indipendenza (che si può assimilare all'essere autonomi segnalato in riferimento alle capacità) che, insieme all'essere determinati alla diligenza e all'affidabilità, segnala una richiesta forte di autonomia e intraprendenza da parte degli imprenditori ascoltati. In riferimento ai comportamenti che attengono più alla sfera relazionale si segnalano le richieste di empatia verso i clienti, ma anche la cordialità e la pazienza (tav. 2).

Tav. 2 - Quali contenuti dovrebbe impartire la formazione in termini di...

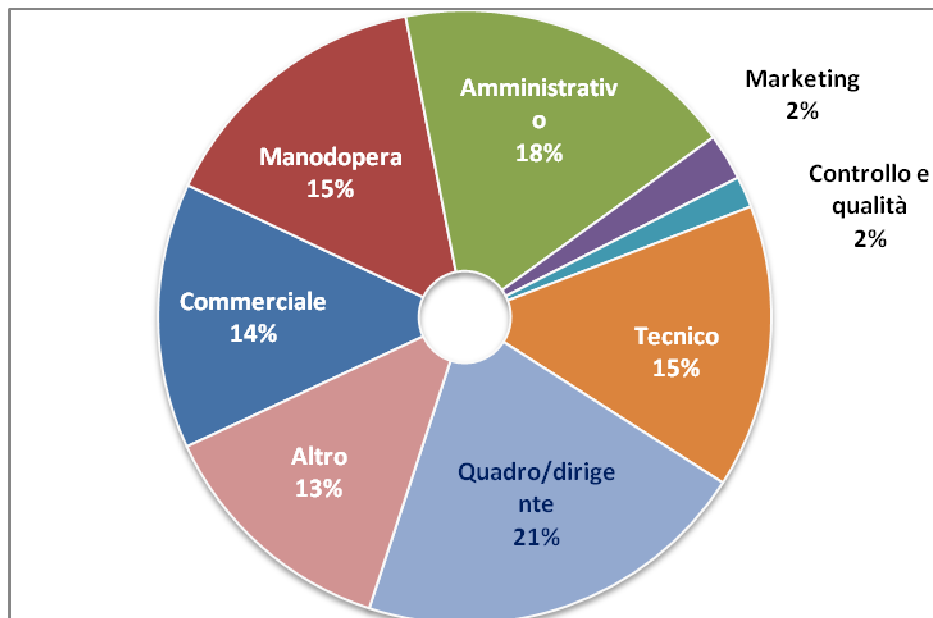
Capacità	Comportamenti
organizzative	collaborare con colleghi e superiori
tecniche	empatia verso i clienti
manuali	affidabilità
commerciali	indipendenza
autonomia	pazienza
gestionali	diligenti
	cordiali
	determinati

Fonte: indagine Censis, 2010

Sono dirigenti e amministrativi le figure professionali ritenute più importanti, mentre tra quelle di cui si avrebbe maggiore bisogno la manodopera e i tecnici.

Per le imprese marchigiane la figura più importante in azienda è sicuramente quella del dirigente (e/o quadro, al 21%) tallonata da vicino dagli amministrativi (18%) dai tecnici e dalla manodopera (entrambi segnalati dal 15% delle imprese) e dalle figure commerciali (14%). Scarsa rilevanza sembrano avere gli addetti al marketing e al controllo qualità segnalati entrambi solo dal 2% delle imprese (fig. 29).

Fig. 29 - Figura professionale più importante per l'azienda (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Guardando al dato disaggregato per settore produttivo (tab. 8) si nota come la manodopera sia particolarmente rilevante per il comparto delle costruzioni (28,6%) insieme ai tecnici (26,7%). Per le imprese manifatturiere al primo posti vengono i dirigenti e i quadri (27,2%) seguiti dalla manodopera (18,5%) e dai tecnici (16,4%). I commerciali sono i più importanti per le imprese del commercio e del turismo (26,5% delle segnalazioni) mentre gli amministrativi lo sono per il comparto dei servizi alle imprese (35,3%). Gli addetti al marketing ottengono segnalazioni sopra la media (ma sempre modeste) tra le imprese manifatturiere (3%) e quelle turistico - commerciali (3,1%).

Tab. 8 - Figura professionale più importante, per settore produttivo (val. %)

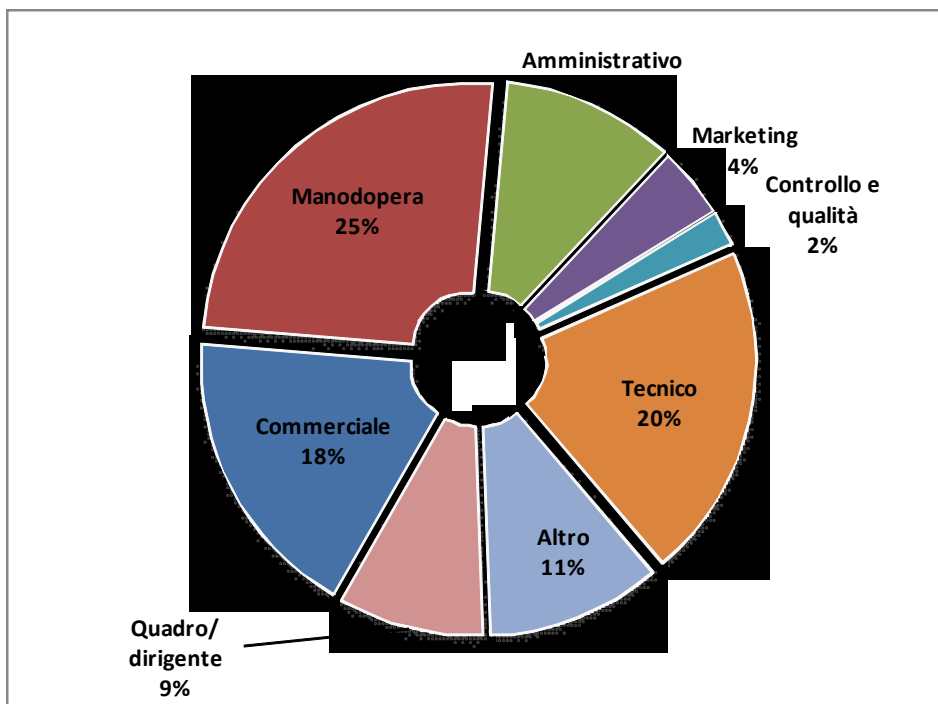
	Costruzioni	Manifatturiero	Commercio, alberghi e ristoranti	Servizi alle imprese	Altri servizi	Altro settore	Totale
Commerciale	4,8	14,0	26,5	12,1	9,1	8,6	14,0
Manodopera	28,8	18,5	11,1	4,3	11,9	16,1	14,8
Amministrativo	15,8	13,3	13,9	35,3	20,2	16,1	18,1
Marketing	1,4	3,0	3,1	2,6	2,0	0,0	2,5
Controllo e qualità	0,0	2,6	1,0	0,4	1,2	4,3	1,6
Tecnico	26,7	16,4	7,7	21,6	6,3	17,2	15,0
Quadro/dirigente	17,8	27,2	16,4	15,1	19,4	20,4	21,0
Altro	4,8	5,1	20,2	8,6	30,0	17,2	13,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2010

Passando, invece alla figura di cui attualmente l'azienda avrebbe maggiormente bisogno (fig. 30) è la manodopera ad essere più ricercata, segnalata da un quarto delle aziende. A seguire i tecnici (20%) e i commerciali (18%) meno ricercati gli amministrativi (11%) e i quadri e dirigenti (9%). Sempre di nicchia le figure addette al marketing, cercate dal 4% delle imprese, e quelle addette al controllo e alla qualità, ricercate solo dal 2% delle imprese.

Anche in questo caso, se si fa un'analisi per comparto produttivo, si scopre (tab.9) come siano le imprese delle costruzioni (46,2%) e quelle manifatturiere (30,8%) quelle che più cercano manodopera, anche specializzata. Le figure commerciali sono le più ricercate nel turismo (34,3%) e nel comparto dei servizi alle imprese (18,2%) che invece richiede molto le figure tecniche (34,1%). Gli amministrativi sono richiesti dalle aziende di servizio (il 19,3% di chi offre servizi alle imprese e il 13,6% delle altre imprese di servizi). Professionisti del marketing sono richiesti in egual misura (5,7%) dalle imprese turistico-commerciali e dai servizi alle imprese. Nessuno cerca addetti al controllo e alla qualità nei settori delle costruzioni e nel commercio.

Fig. 30 - Figura professionale di cui avrebbe maggiormente bisogno (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Tab. 9 - Figura professionale di cui l'azienda ha maggiormente bisogno, per settore produttivo (val. %)

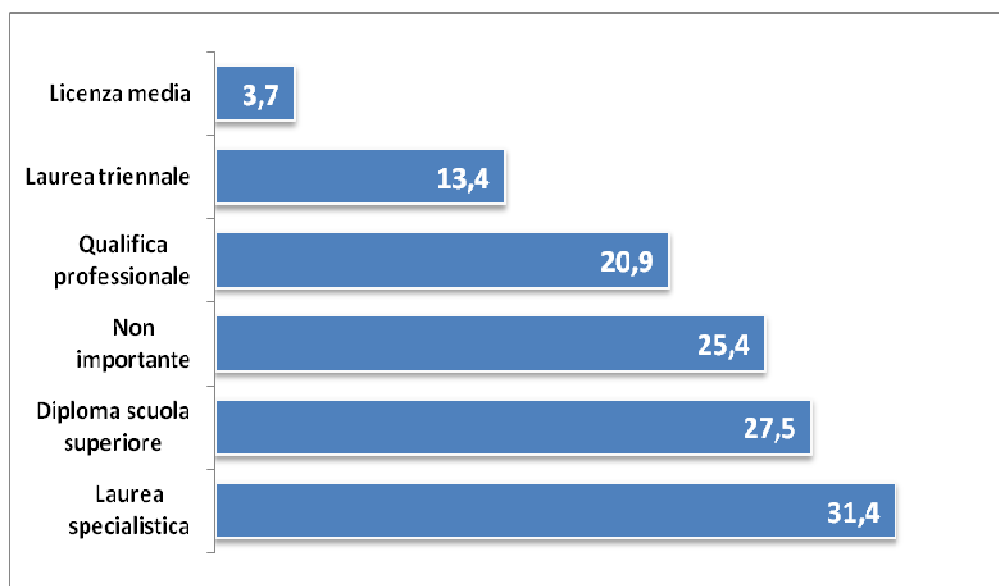
	Costruzioni	Manifatturiero	Commercio, alberghi e ristoranti	Servizi alle imprese	Altri servizi	Altro settore
Commerciale	9,6	15,9	34,3	18,2	11,7	12,1
Manodopera	46,2	30,8	21,0	10,2	16,5	33,3
Amministrativo	9,6	7,5	7,6	19,3	13,6	9,1
Marketing	3,8	4,8	5,7	5,7	1,9	0,0
Controllo e qualità	0,0	3,1	0,0	2,3	2,9	3,0
Tecnico	19,2	23,3	9,5	34,1	9,7	33,3
Altro	1,9	5,7	14,3	1,1	33,0	3,0
Quadro/dirigente	9,6	8,8	7,6	9,1	10,7	6,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2010

2.6. Si cercano figure con alta scolarizzazione, e con esperienza, per la quale si è disposti a spendere di più

Le figure professionali ricercate si preferirebbero con un elevato titolo di studio (fig. 31) meglio se con una laurea specialistica (31,4%) o una laurea triennale (13,4%). Ma non si può ignorare che il 25,4% ha risposto che il titolo di studio non è importante per la mansione ricercata.

Fig. 31 - Titolo di studio che dovrebbe possedere la figura professionale ricercata (val. %)



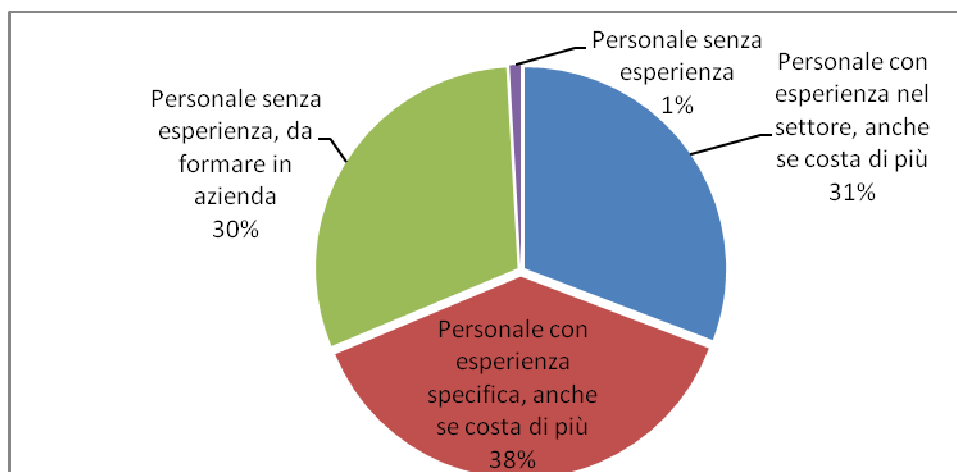
Erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2010

Le aziende, poi, sembrerebbero orientate a ricercare personale con esperienze specifica (38%) o con esperienza nel settore (31%) anche se dovessero pagarlo di più (fig. 32). Il dato in parte è in contrasto con la pratica quotidiana di chi cerca di assumere personale qualificato anche con contratti di apprendistato, ma conferma una tendenza in alcune aziende manifatturiere che si contendono alcune figure altamente specializzate la cui competenze sono frutto di esperienza pluriennale. In questi casi le aziende preferiscono contendersele aumentando il livello di retribuzione e

benefit, piuttosto che intraprendere un lungo percorso formativo in azienda. C'è comunque un terzo delle imprese che preferisce personale senza alcuna esperienza da formarsi direttamente in azienda.

Fig. 32 - Esperienza richiesta al personale da assumere (val. %)



Fonte: indagine Censis, 2010

Tra le aziende più disposte a contendersi il personale con competenze specifiche nella mansione ricercata, anche se dovesse costare di più, troviamo (tab. 10) il 43% delle imprese del manifatturiero. Analoga percentuale è quella delle imprese di costruzione che sarebbero disposte a pagare di più il personale cercato se questo avesse una specifica esperienza nel settore. Ma le imprese del comparto costruzioni sono anche quelle in cui si riscontra una percentuale significativa (4,8%) di chi pensa che l'esperienza non sia necessaria. Chi pensa, invece, che il personale sia meglio trovarlo senza esperienza specifica e poi formarlo in azienda sono le imprese dei servizi (39% dei servizi alle imprese e 35,5% dei servizi in genere) e le imprese turistiche e commerciali (37,1%).

Tab. 10 - Esperienza richiesta al personale da assumere, per settore produttivo (val. %)

	Costruzioni	Manifatturiero	Commercio, alberghi e ristoranti	Servizi alle imprese	Altri servizi	Altro settore
Personale con esperienza nel settore, anche se costa di più	42,9	31,4	31,4	22,0	38,7	27,3
Personale con esperienza specifica per quella mansione, anche se costa di più	38,1	42,9	31,4	39,0	25,8	54,5
Personale senza esperienza, da formare in azienda, che possa anche essere inquadrato con contratto di apprendistato/inserimento lavorativo	14,3	25,7	37,1	39,0	35,5	9,1
Personale senza esperienza, perchè l'esperienza non è necessaria	4,8	0,0	0,0	0,0	0,0	9,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Censis, 2010