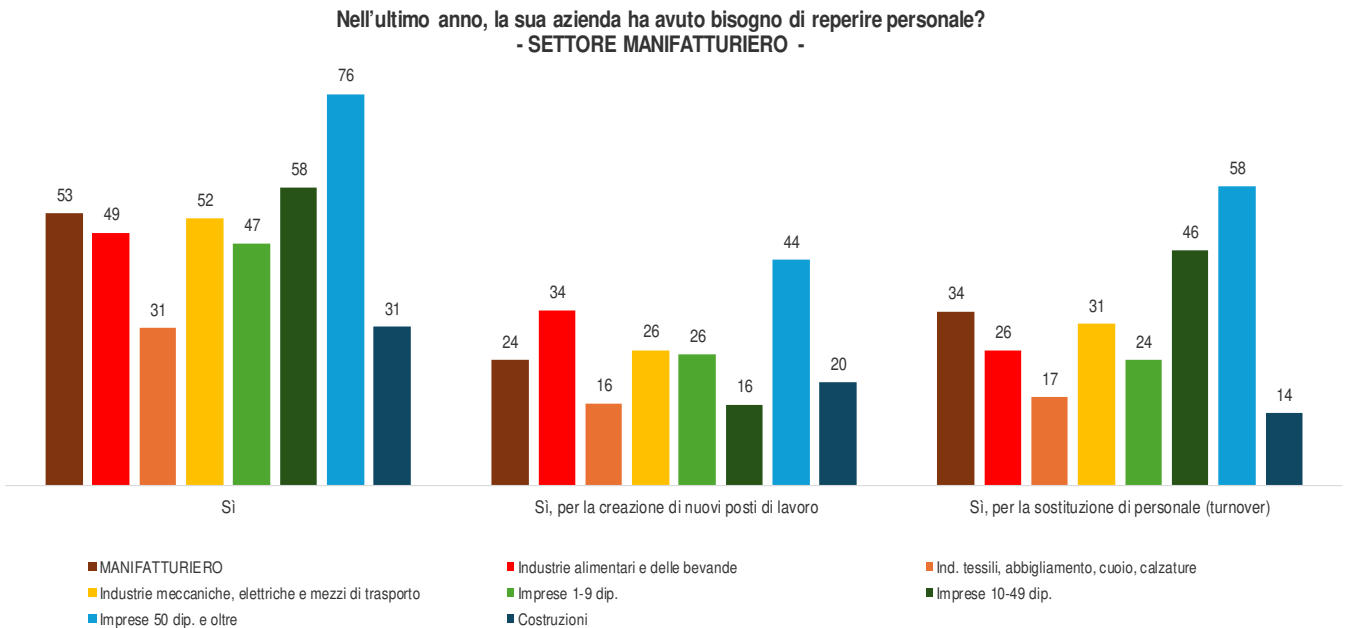


3 IMPRESE BOLOGNESI SU 4 FATICANO A TROVARE PERSONALE DA ASSUMERE

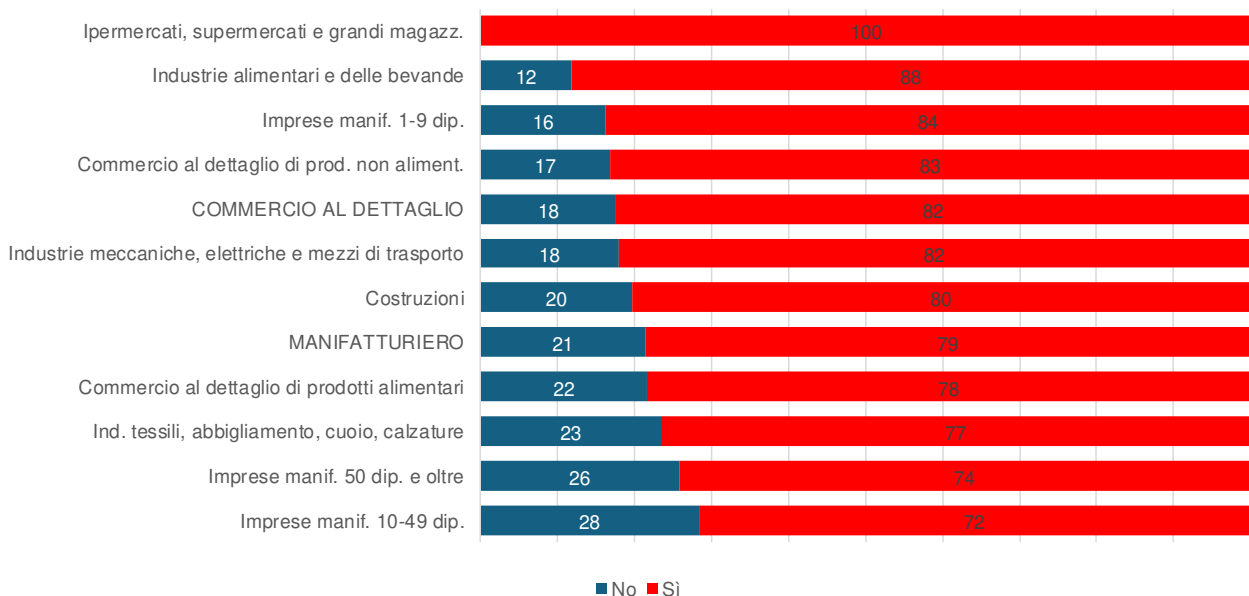
Il limitato numero di candidati il principale problema. Non basta ad incentivare il welfare aziendale

Oltre la metà delle imprese manifatturiere bolognesi ha avviato nell'ultimo anno una ricerca per l'assunzione di personale. Questa percentuale cresce fino al 75% per le imprese di più grandi dimensioni (con 50 o più dipendenti), si limita invece a poco più del 30% per settore edile e comparto tessile. Minore, 26% circa, la richiesta di personale nel commercio al dettaglio, dove è la grande distribuzione organizzata ad avere le maggiori necessità di assunzione. La ricerca avviene principalmente per necessità di turnover, e, in minor percentuale, a seguito della creazione di nuovi posti di lavoro.



Ma oltre tre imprese su quattro confermano le difficoltà nel reperire le figure cercate, a causa, in particolare, del limitato numero di candidati per il profilo richiesto, ma anche degli eccessivi tempi necessari per reperire la persona adatta alle esigenze dell'impresa. Percentuale che peraltro sale al 100% nella grande distribuzione organizzata.

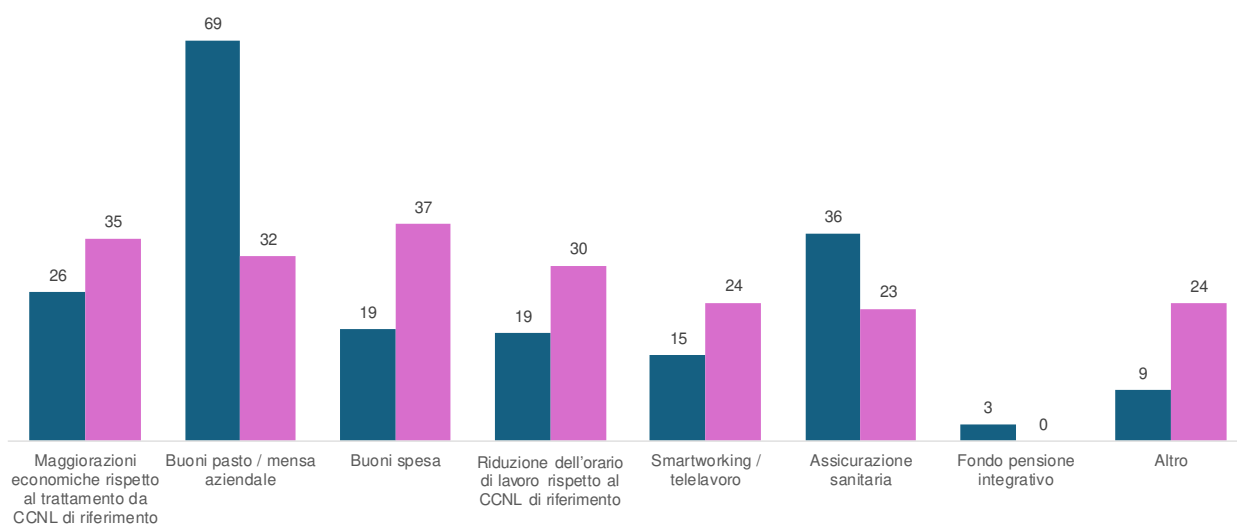
L'azienda ha avuto difficoltà a reperire le figure ricercate?



Per il personale di difficile reperimento, la disponibilità di servizi agevolativi da parte del territorio non sembra avere un ruolo determinante durante il processo decisionale, se non, per poco più di un candidato su dieci, l'eventuale disponibilità di servizi di trasporto.

Poco rilevante sembra essere anche l'interesse dei candidati verso le iniziative a favore del personale (benefit e welfare) messe in campo direttamente dalle aziende, sebbene oltre la metà di queste, in particolare nel settore della metalmeccanica e all'interno delle imprese più grandi, segnali di avere attualmente messo a disposizione dei propri dipendenti iniziative di questo tipo, tra cui buoni pasto e mensa aziendale, assicurazione sanitaria e maggiorazioni economiche rispetto al trattamento da CCNL di riferimento.

In cosa consistono le iniziative a vantaggio del personale della sua azienda?



Bisogno delle aziende di reperire nuovo personale e difficoltà di reperimento per settore di attività, classe dimensionale e provincia
(distrib.% risposte delle imprese)¹

Bologna

	Nell'ultimo anno, la sua azienda ha avuto bisogno di reperire personale (che sia riuscita o meno ad assumere la persona cercata)?			L'azienda ha avuto difficoltà a reperire le figure ricercate? Se sì, quali sono state le due tipologie prevalenti?				
	No	Sì, per la creazione di nuovi posti di lavoro	Sì, per la sostituzione di personale (turnover)	No	Sì, i tempi per reperire la persona giusta sono stati lunghi rispetto alle esigenze	Sì, è stato necessario formare la persona reclutata oltre a quanto pianificato	Sì, a causa del limitato numero di candidati per il profilo richiesto	Sì, la persona reclutata ha deciso, prima del previsto, di cambiare lavoro
TOTALE MANIFAT. escluse Costruzioni	47	24	34	21	39	13	52	15
- di cui: Artigianato	52	25	26	14	38	13	53	20
SETTORI DI ATTIVITA'								
Industrie dei metalli	46	15	40	10	34	23	51	26
Industrie alimentari e delle bevande	51	34	26	12	38	8	51	21
Ind. tessili, abbigliamento, cuoio, calzature	69	16	17	23	33	12	48	16
Industrie del legno e del mobile	29	34	36	25	2	35	74	13
Industrie meccaniche, elettriche e mezzi di trasporto	48	26	31	18	51	5	64	7
Altre industrie manifatturiere	36	34	41	49	36	10	29	9
CLASSE DIMENSIONALE								
Imprese 1-9 dip.	53	26	24	16	39	12	52	15
Imprese 10-49 dip.	42	16	46	28	31	14	52	17
Imprese 50 dip. e oltre	24	44	58	26	54	15	53	9
Costruzioni	69	20	14	20	37	16	46	10
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	74	7	22	18	33	24	49	19
SETTORI DI ATTIVITA'								
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	78	12	18	22	39	52	38	2
Commercio al dettaglio di prod. non aliment.	73	5	23	17	32	17	52	23
- Abbigliamento ed accessori	55	11	35	6	25	13	57	31
- Prodotti per la casa ed elettrodomestici	54	5	42	19	57	11	49	7
- Altri prodotti non alimentari	82	3	16	25	27	22	48	22
Ipermercati, supermercati e grandi magazz.	26	18	68	0	43	43	50	64
CLASSE DIMENSIONALE								
Piccola Distribuzione	80	4	18	19	34	26	48	16
Media Distribuzione	34	24	43	20	34	17	51	18
Grande Distribuzione	19	23	66	5	27	23	53	41

(1) La somma dei valori percentuali relativi alle varie modalità indicate può superare il 100% in quanto le imprese potevano indicare più di una modalità di risposta

Ruolo della disponibilità di servizi nel territorio e delle iniziative delle aziende a favore del personale per settore di attività, classe dimensionale e provincia
(distrib.% risposte delle imprese)

Bologna

	Per il personale di difficile reperimento, durante il processo decisionale del candidato, la disponibilità di servizi da parte del territorio ha avuto un ruolo? Se sì, quali sono state le tipologie prevalenti? (1)					Durante il processo di scelta da parte del candidato, quale ruolo hanno giocato le iniziative a favore del personale (benefit e welfare) da parte dell'azienda?		
	No, il tema non è emerso durante i colloqui coi candidati	Sì, in termini di disponibilità di servizi di trasporto	Sì, in termini di disponibilità di servizi per la persona	Sì, in termini di disponibilità di servizi per il tempo libero	Sì, in termini di disponibilità di alloggi e relativo costo	L'azienda non ha attualmente iniziative di questo tipo	L'azienda ha iniziative in termini di welfare e benefit ma queste non hanno influito sulla scelta operata dai candidati	L'azienda ha iniziative in termini di welfare e benefit ed esse hanno influito positivamente sulla scelta operata dai candidati
TOTALE MANIFAT. escluse Costruzioni	91	8	6	0	2	49	44	6
- di cui: Artigianato	90	10	10	0	0	65	35	0
SETTORI DI ATTIVITA'								
Industrie dei metalli	81	19	15	0	0	58	42	0
Industrie alimentari e delle bevande	99	1	1	0	0	85	14	1
Ind. tessili, abbigliamento, cuoio, calzature	94	6	5	0	1	61	37	2
Industrie del legno e del mobile	88	4	4	0	8	83	10	7
Industrie meccaniche, elettriche e mezzi di trasporto	98	0	0	1	1	26	65	9
Altre industrie manifatturiere	90	9	1	0	5	48	38	14
CLASSE DIMENSIONALE								
Imprese 1-9 dip.	90	10	9	0	0	64	33	3
Imprese 10-49 dip.	94	5	1	1	2	36	56	8
Imprese 50 dip. e oltre	91	8	1	1	7	20	64	16
Costruzioni	74	5	0	8	17	57	39	4
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	80	19	7	0	4	70	26	4
SETTORI DI ATTIVITA'								
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	93	0	7	0	7	90	10	0
Commercio al dettaglio di prod. non aliment.	77	23	7	0	3	64	31	5
- Abbigliamento ed accessori	74	26	14	0	0	75	19	6
- Prodotti per la casa ed elettrodomestici	87	13	0	0	7	78	17	5
- Altri prodotti non alimentari	75	25	4	0	4	50	45	5
Ipermercati, supermercati e grandi magazz.	75	25	18	0	7	89	11	0
CLASSE DIMENSIONALE								
Piccola Distribuzione	79	20	6	0	4	72	22	6
Media Distribuzione	88	12	6	0	0	57	43	0
Grande Distribuzione	74	26	15	0	4	73	24	2

(1) La somma dei valori percentuali relativi alle varie modalità indicate può superare il 100% in quanto le imprese potevano indicare più di una modalità di risposta

Iniziative delle aziende a vantaggio del personale per settore di attività, classe dimensionale e provincia
(distrib.% risposte delle imprese)¹

Bologna

	In cosa consistono le iniziative a vantaggio del personale della sua azienda?							
	Maggiorazioni economiche rispetto al trattamento da CCNL di riferimento	Buoni pasto / mensa aziendale	Buoni spesa	Riduzione dell'orario di lavoro rispetto al CCNL di riferimento	Smartworking / telelavoro	Assicurazione sanitaria	Fondo pensione integrativo	Altro ²
TOTALE MANIFAT. escluse Costruzioni	26	69	19	19	15	36	3	9
- di cui: Artigianato	8	89	19	18	9	48	0	8
SETTORI DI ATTIVITA'								
Industrie dei metalli	16	84	20	0	16	39	0	0
Industrie alimentari e delle bevande	46	37	11	6	6	34	0	3
Ind. tessili, abbigliamento, cuoio, calzature	20	69	22	10	12	41	0	8
Industrie del legno e del mobile	43	52	30	13	13	26	0	9
Industrie meccaniche, elettriche e mezzi di trasporto	26	71	19	32	15	42	2	11
Altre industrie manifatturiere	34	52	20	12	14	16	11	15
CLASSE DIMENSIONALE								
Imprese 1-9 dip.	16	81	22	25	11	42	1	10
Imprese 10-49 dip.	21	72	16	14	14	43	4	13
Imprese 50 dip. e oltre	50	43	20	15	23	13	6	0
Costruzioni	31	59	26	31	3	36	4	24
TOTALE COMMERCIO AL DETTAGLIO	35	32	37	30	24	23	0	24
SETTORI DI ATTIVITA'								
Commercio al dettaglio di prodotti alimentari	40	0	29	0	0	46	0	0
Commercio al dettaglio di prod. non aliment.	34	34	38	32	25	21	0	25
- <i>Abbigliamento ed accessori</i>	29	35	37	31	27	19	0	22
- <i>Prodotti per la casa ed elettrodomestici</i>	31	33	36	33	26	17	0	21
- <i>Altri prodotti non alimentari</i>	37	34	39	33	25	23	0	28
Ipermercati, supermercati e grandi magazz.	67	33	33	0	33	0	0	0
CLASSE DIMENSIONALE								
Piccola Distribuzione	34	33	37	31	26	19	0	24
Media Distribuzione	34	27	47	25	14	34	0	26
Grande Distribuzione	43	37	18	36	37	20	0	20

(1) La somma dei valori percentuali relativi alle varie modalità indicate può superare il 100% in quanto le imprese potevano indicare più di una modalità di risposta

(2) Riduzione orario/giorni di lavoro, permessi renumerati aumentati, iniziative per il tempo libero, per l'infanzia, per lavoratori caregiver e per l'alloggio dei lavoratori, "maggioramento aziendale".

Fonte: elaborazione uff. Statistica Camera di commercio di Bologna su dati Unioncamere e Camere di commercio dell'Emilia-Romagna, Indagine congiunturale sull'industria, l'artigianato e le costruzioni