

## DELTA INDEX

CICLONE «Z»  
IN AZIENDA

## Osservatorio giovani e lavoro

www.deltaindex.it

Delta Index è un osservatorio dedicato al mondo del lavoro con focus specifico sul rapporto tra le aziende e le nuove generazioni. È basato su dati certificati raccolti grazie alla partecipazione diretta delle imprese.

Giovani difficili da trovare  
Extra costi di 3,3 miliardi

**Capitale umano.** Per le Pmi danno elevato non reperire figure competenti Massetti (Confartigianato Lombardia): serve formazione di maggior qualità

## BRUNO BONASSI

Il mercato del lavoro giovanile in Lombardia presenta un quadro a tinte contrastanti. Da un lato, si registra un'ottima performance dell'occupazione, con un +10,4% nel post-Covid trainato soprattutto dai giovani under 35. Questo ha portato a un tasso di occupazione giovanile del 53,9%, posizionando la Lombardia al 4° posto tra le regioni italiane. Tuttavia, dall'altro lato, le imprese lamentano una crescente difficoltà nel reperire manodopera, con il 45,2% delle assunzioni previste under 30 che non si riescono a trovare. Le cause principali sono la mancanza di candidati con competenze adeguate (26,2%) e il numero ridotto di candidati in generale (63,7%). Questo il quadro che emerge dall'analisi del mercato del lavoro giovanile in Lombardia, presentata nei giorni scorsi nel Report «Giovani, impresa e lavoro, tra presente e futuro» di Confartigianato Lombardia.

## Milano resta la più attrattiva

La situazione resta dunque complicata nonostante i dati positivi delle assunzioni, il motivo sta nel fatto che la fascia d'età che si affaccia per la prima volta al lavoro continua ad assottigliarsi. Negli ultimi vent'anni la provincia lombarda che in percentuale ha perso più giovani è stata Sondrio (-19,1%) mentre la più virtuosa per attrattività è stata Milano con un -2,5%. Nel mezzo, si piazzano in ordine negativo tra il -14,2% e il -7,4%: Varese, Manto-



Licia Redolfi



Eugenio Massetti



Francesco Figini

va, Cremona, Como, Brescia, Bergamo, Monza e Brianza, Lodi e Pavia.

## Il 28% applica la flessibilità

«I dati raccontano di giovani lombardi con il vento in poppa! Peccato che a godere di queste condizioni favorevoli siano sempre di meno: tra quelli persi negli ultimi 20 anni e quelli che perderemo nei prossimi 20 conteremo 338mila under 35 in meno - conferma Licia Redolfi, ricercatrice dell'Osservatorio Mpi di Confartigianato Lombardia -. Hanno il vento a favore poiché al momento godono di una domanda di lavoro vivace, che ha spinto l'occupazione giovanile a salire del

■ **Licia Redolfi (ricercatrice):** in 40 anni perdiamo 338mila under 35 in Lombardia

10,4% nel post Covid. Si tratta di condizioni favorevoli perché in questa situazione di scarsità le imprese sono più attente alle esigenze del lavoratore e adottano strategie di attrattività tra cui la flessibilità, prevista dal 28% delle imprese lombarde, per andare incontro al nuovo approccio delle giovani generazioni al tempo di lavoro».

## Scarseggiano le competenze

Al netto delle preoccupanti statistiche demografiche, c'è da considerare anche che la difficoltà a trovare giovani da inserire in azienda trova motivazione anche in altri fattori. Nel report lombardo di Confartigianato si sottolinea infatti che dei 339mila under 30 previsti in ingresso dalle imprese con dipendenti della manifattura estesa e dei servizi, il 45,2% non si trova anche perché i candidati sono privi di adeguate competenze. Un problema decisamente serio perché nel 2023, quando la ricerca si è estesa oltre i sei mesi, come accaduto

per l'11,1% delle Pmi lombarde, ha determinato extra costi per 3,3 miliardi di euro. «In questi anni abbiamo più volte sottolineato la difficoltà delle imprese di reperire e trattenere personale: ora i tempi si sono allungati e non sempre l'esito del match domanda-offerta è positivo - commenta Eugenio Massetti, presidente di Confartigianato Lombardia -. Se poi guardiamo ai profili con elevate e-skills, osserviamo che la richiesta diventa sempre più trasversale ai diversi settori, dunque è urgente mettere a terra strategie affinché le imprese possano continuare a competere. Bisogna puntare su formazione di qualità, istruzione tecnica e professionalizzante, per creare le competenze evolute imposte dalla rivoluzione digitale. La difficoltà di reperimento di queste figure si aggrava per le Pmi che provano a reagire agendo sulla leva retributiva e anche lavorando sulla comunicazione rivolta ai giovani, che spesso non immaginano la straordinaria ricchezza delle pic-

## AZIENDE E GIOVANI



AZIENDE  
CHE NON  
TROVANO  
GIOVANI

Fonte: Osservatorio MPI Lombardia Confartigianato imprese

PRINCIPALI  
MOTIVI

64%

POCHI  
CANDIDATI

26%

MANCANZA DI  
COMPETENZE

10%

ALTRA  
MOTIVAZIONE

cole realtà. In un momento come questo, infatti, il mercato del lavoro si impernia sulla capacità di attrarre e mantenere talenti in quel sano mix generazionale che può assicurare continuità ai saperi ed evoluzione degli stessi».

## Nuove imprese giovanili: +35%

Si tende a ragionare sui giovani dipendenti, ma c'è anche una schiera di «eroi» che cerca di portare avanti l'attività di famiglia o che ci si mette da zero avviando una start-up. Oggi in Lombardia le imprese con a capo un under 30 sono 74mila, di cui quasi un terzo (23mila) artigiane. La voglia di autonomia rispetto al posto fisso sta crescendo: negli ultimi

■ **Figini (Giovani Confartigianato):** crescono anche i ragazzi che scelgono l'attività autonoma

cinque anni le nuove imprese giovanili sono passate da 7.140 a 9.610: un incoraggiante +35%.

## Più qualità della vita

«Le giovani generazioni portano un cambiamento culturale nel mondo del lavoro con una maggior sensibilità alla qualità della vita tout court, con un tempo da dedicare alla propria crescita, allo svago, alla cura, alle relazioni. Si spiega anche così il numero crescente di imprese che vedono un titolare under 30 - dice Francesco Figini, presidente Giovani Imprenditori Confartigianato Lombardia -. L'appagamento di chi decide di investire in una realtà propria contiene in sé molteplici elementi, una certa flessibilità coniugata alla soddisfazione per il mestiere e le modalità del proprio impegno professionale. Poi ci sono anche coloro che decidono di portare avanti l'azienda di famiglia e anzi occorrerebbero strumenti più efficaci per incentivare la trasmissione d'impresa».

Studenti, «prove» di lavoro  
per le competenze digitali

## Il PCTO a WeAreProject

La diagnosi è fondamentale per stabilire la cura. Così è con il Delta Index, l'importanza di misurare la distanza tra le aziende e i giovani serve non solo a scopo conoscitivo ma soprattutto risolutivo. Ne sono consapevoli i titolari di WeAreProject Informatica di Stezzano che, grazie all'analisi dei bisogni aziendali individuati dal Delta Index, hanno definito i conte-

nuti formativi sui quali lavorare. Così è nato il progetto PCTO (Percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento) per l'anno scolastico 2023/2024 che si è concluso nei giorni scorsi. L'iniziativa ha visto la partecipazione di oltre 70 studenti delle classi terze, quarte e quinte dell'IIS Majorana, ISIS Natta, ITI Marconi e IS Archimede. Il progetto, incentrato sull'intelligenza artificiale, aveva come obiettivo principale quello di far avvi-

cinare gli studenti al mondo del lavoro e di permettere loro di comprendere come l'innovazione digitale può essere utilizzata efficacemente in azienda. Gli studenti hanno esplorato le potenzialità e i limiti dell'intelligenza artificiale, imparando a interagire con essa in modo produttivo su casi concreti che hanno riguardato differenti dipartimenti di WeAreProject. «I nostri giovani talenti hanno appreso come l'intelligenza artificiale



Studenti del Majorana negli uffici di WeAreProject a Stezzano

possa migliorare i processi aziendali e aumentare la produttività individuale - commenta Valeria Mauri, direttore marketing di WeAreProject -.

Applicando l'intelligenza artificiale a casi d'uso reali, hanno collaborato con vari referenti all'interno della nostra azienda e con differenti business unit. È

stato straordinario osservare come la loro curiosità e il loro entusiasmo siano cresciuti durante questo percorso». Il progetto PCTO di WeAreProject Informatica rappresenta un modello di successo per l'alternanza scuola-lavoro. «Questo progetto non è stato solo un'occasione per avvicinare gli studenti al mondo del lavoro, ma anche un'opportunità per la nostra azienda per comprendere meglio come approcciano le sfide proposte, ascoltare le loro esigenze e curiosità per essere sempre più preparati ad accogliere nuove risorse ed essere in linea con le loro aspettative», afferma Roberta Zampa, People & Culture manager di WeAreProject.