



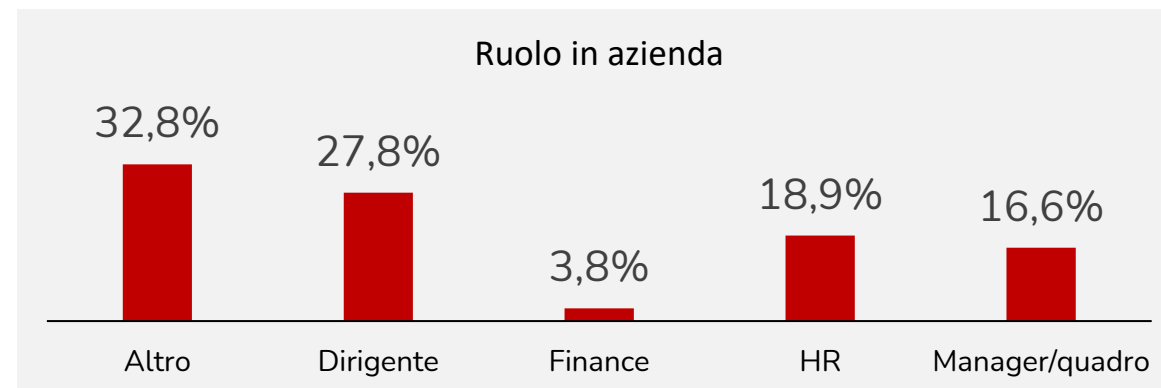
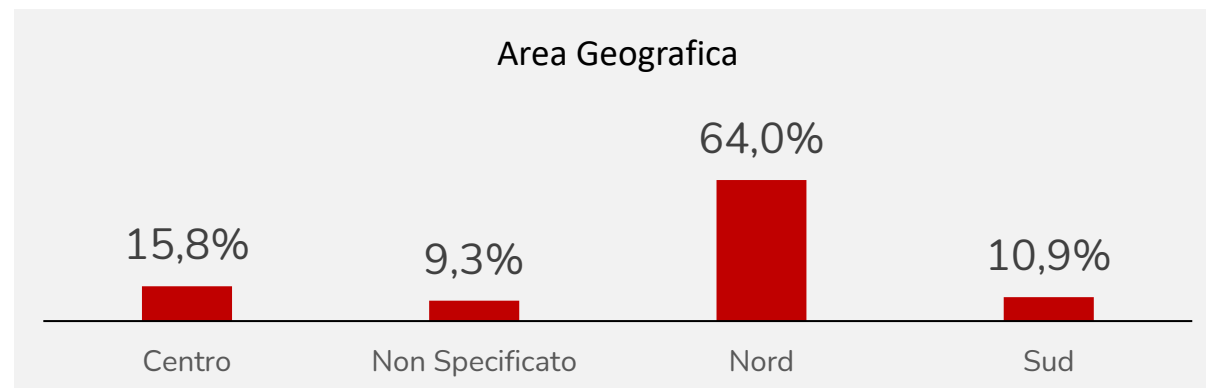
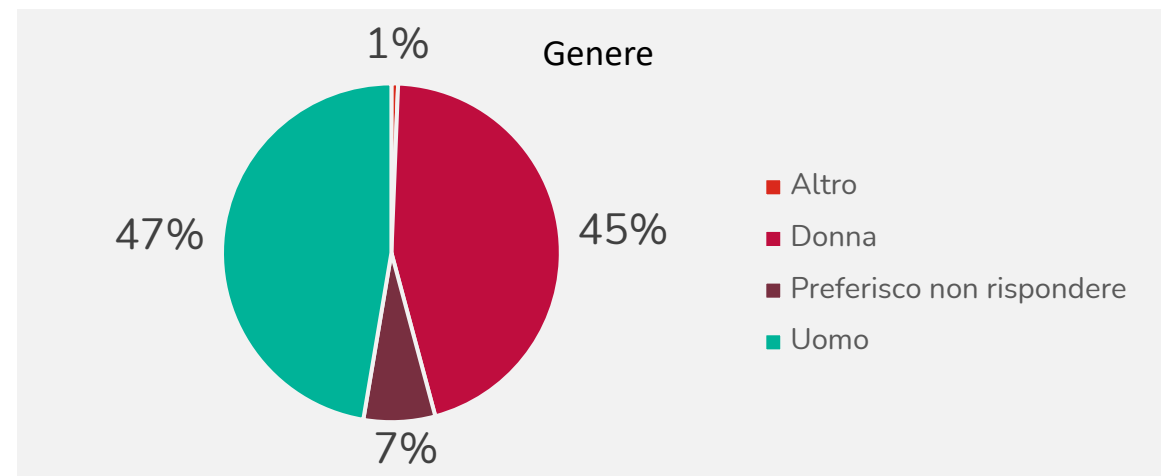
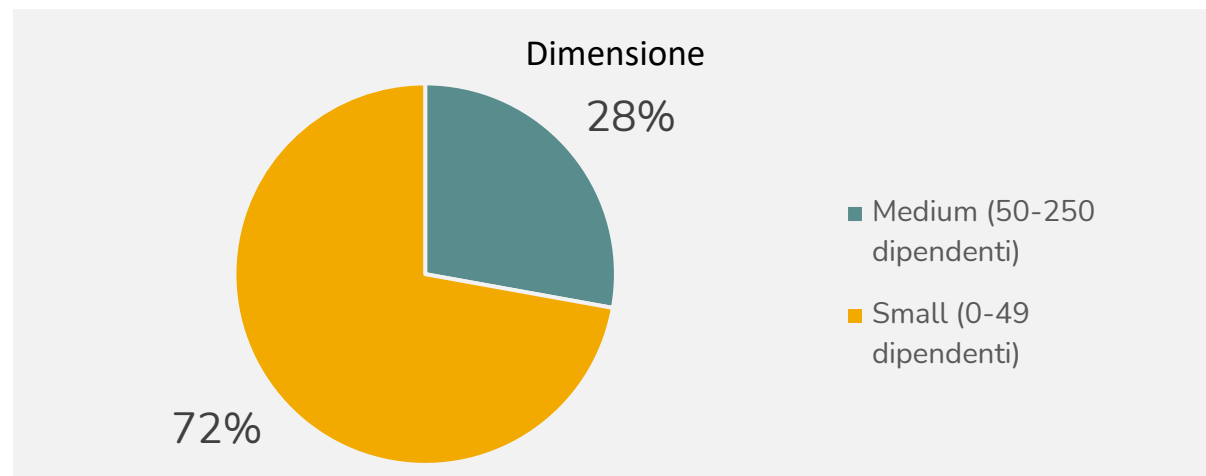
ADECCÒ HIGHLIGHTS

L'OSSERVATORIO PER IL MONDO
DELLE IMPRESE

PMI
Scenario 2024

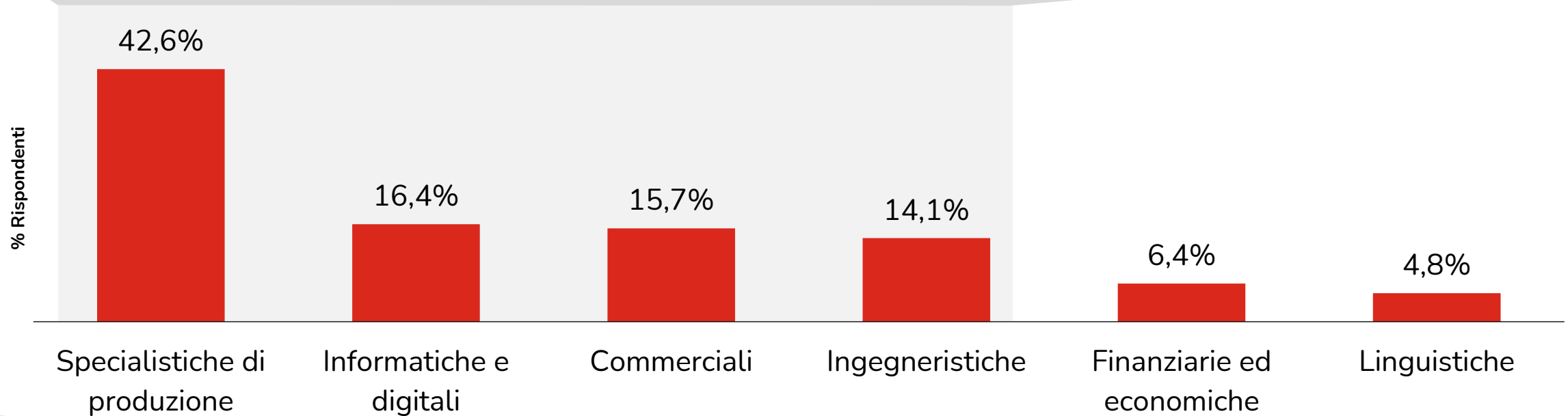
Panoramica Campione

828 aziende intervistate



Quali sono le competenze tecniche (hard skill) maggiormente ricercate in questo momento?

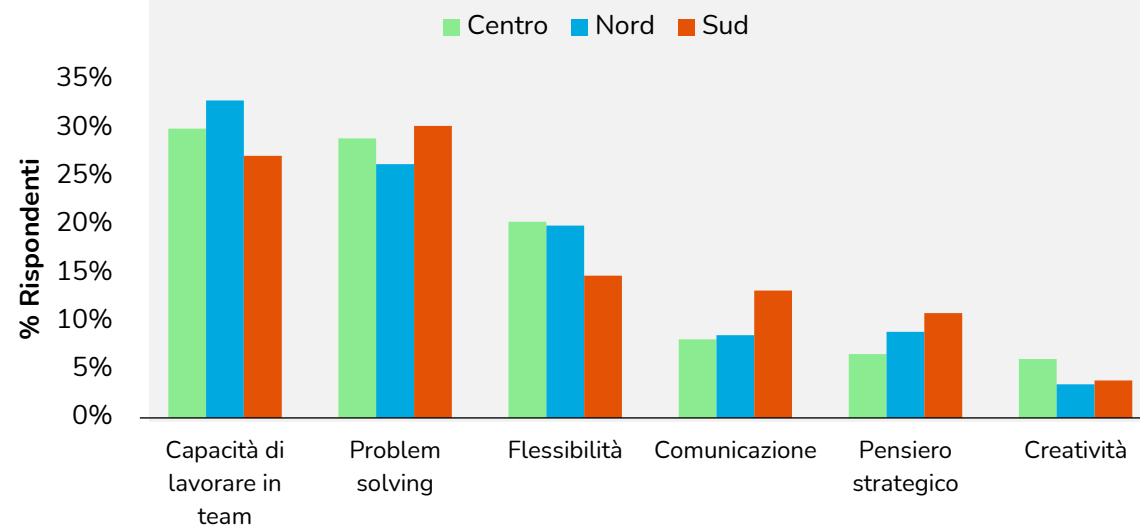
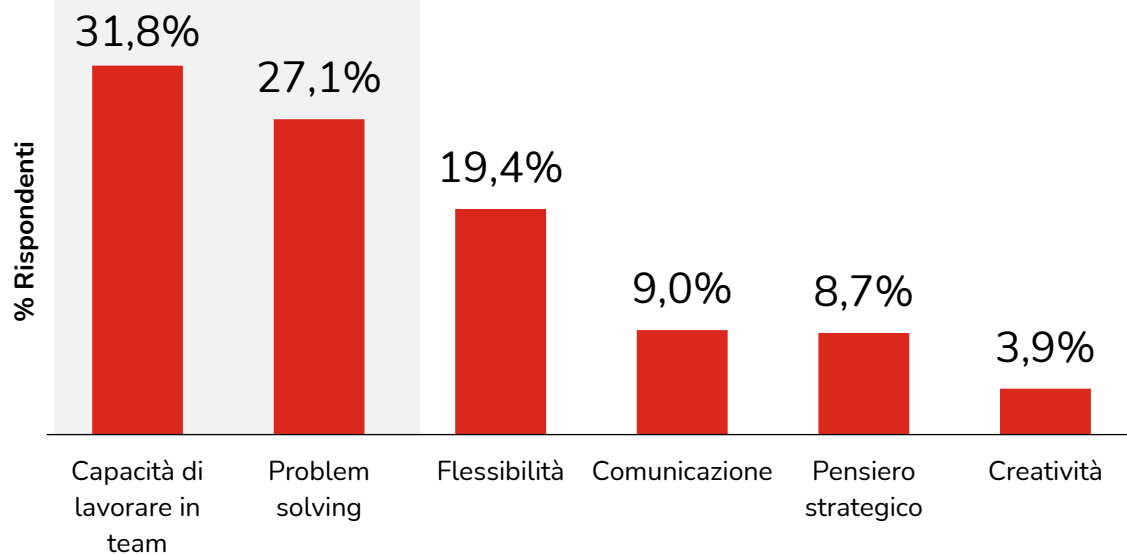
Più del 40% delle PMI dichiara di ricercare soprattutto **competenze specialistiche**, in particolare quelle di **produzione**. Seguono le **competenze informatiche e digitali** (16,4%), **commerciali** (15,7%) e **ingegneristiche** (14,1%).



Quali sono le competenze trasversali (soft skill) maggiormente ricercate in questo momento?

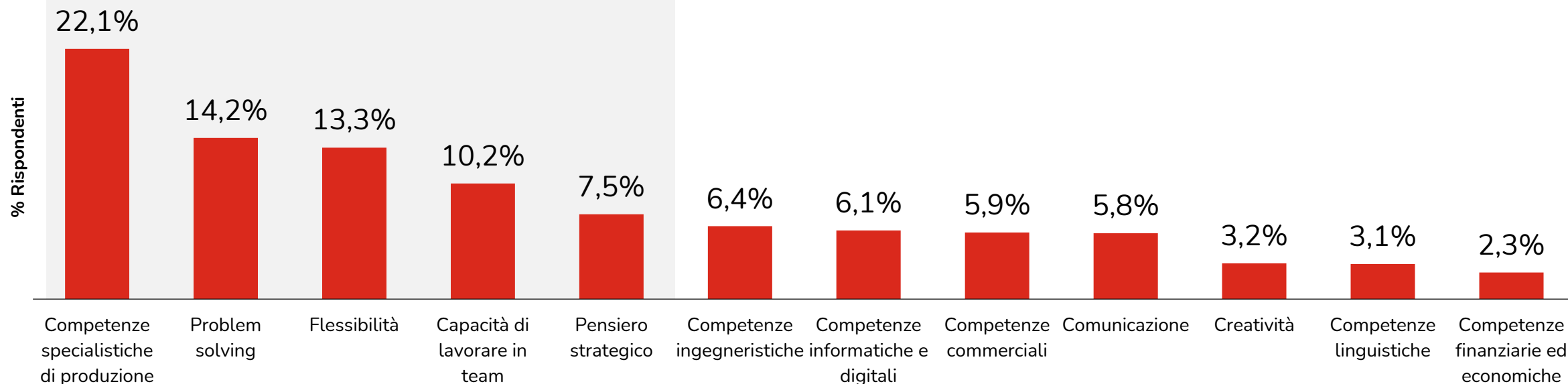
La **capacità di lavorare in team** e il **problem solving** sono le abilità trasversali più richieste dalle imprese.

Le esigenze variano a livello territoriale: nel **Nord Italia**, il saper **lavorare in squadra** è particolarmente importante per **oltre il 30%** delle imprese intervistate; invece, proporzionalmente, al **Sud** si pone maggiore attenzione alla ricerca di capacità legate al **problem solving (oltre il 30%)** e alla **comunicazione**, mentre risulta meno richiesta la **flessibilità** rispetto al Nord e Centro Italia (**15%**).

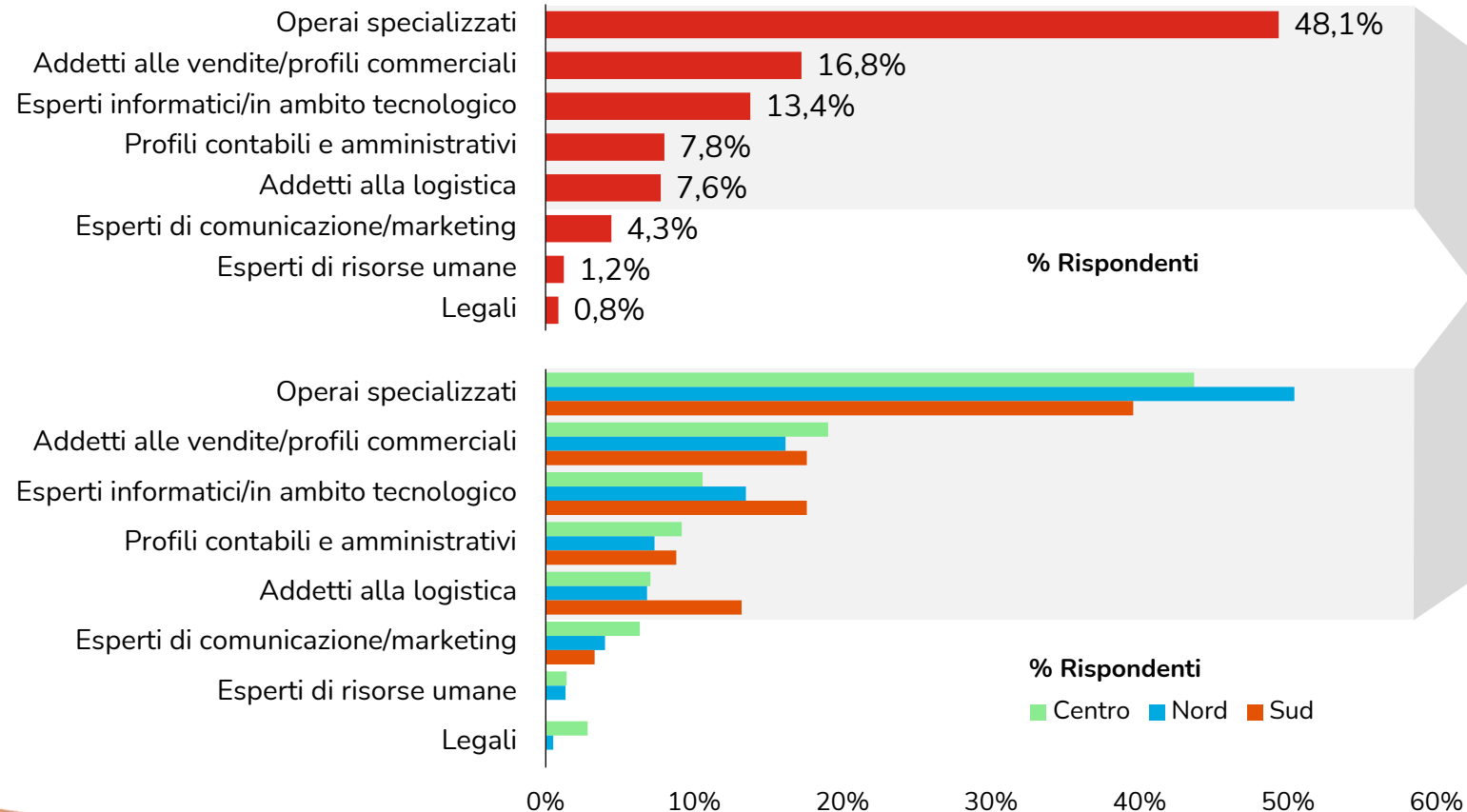


Quali sono le competenze (hard o soft) più difficili da trovare in questo momento?

Più del 20% del campione analizzato ritiene che le competenze **specialistiche di produzione** siano le più difficili da trovare (oltre che essere in generale le più richieste). Interessante notare che le altre skill più difficili da reperire sono tutte soft: **problem solving**, **flessibilità**, **capacità di lavorare in team** e **pensiero strategico**.



Quali sono le figure professionali maggiormente ricercate in questo momento?

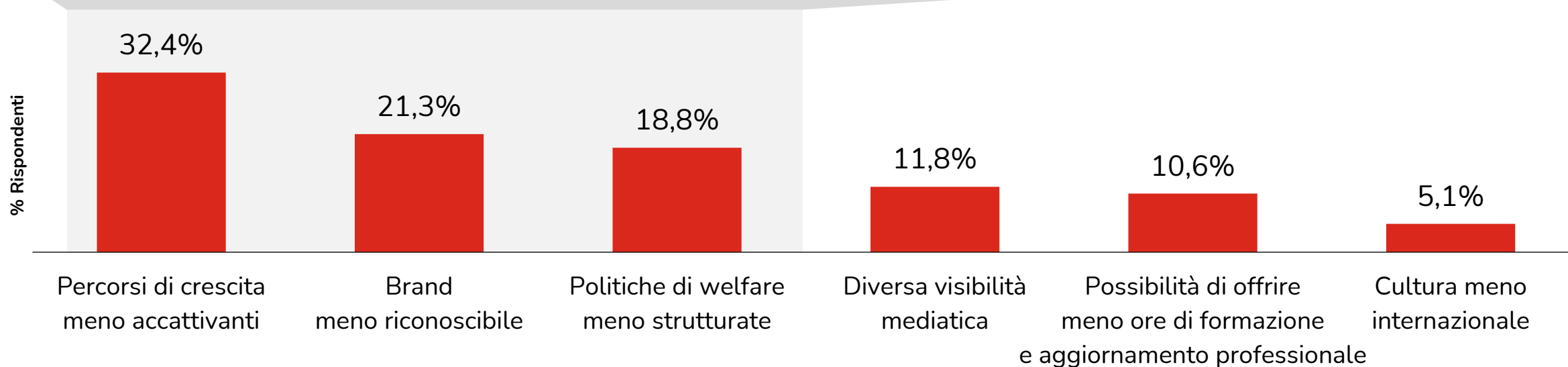


Quasi il 50% delle PMI dichiara di essere alla ricerca di **operai specializzati**, soprattutto al Nord Italia. Ciò è in linea con le competenze più richieste.

Vi è una domanda significativa anche di **esperti informatici** e **addetti alla logistica**, con una variazione proporzionale importante al Sud, dove emerge una maggiore richiesta di queste figure.

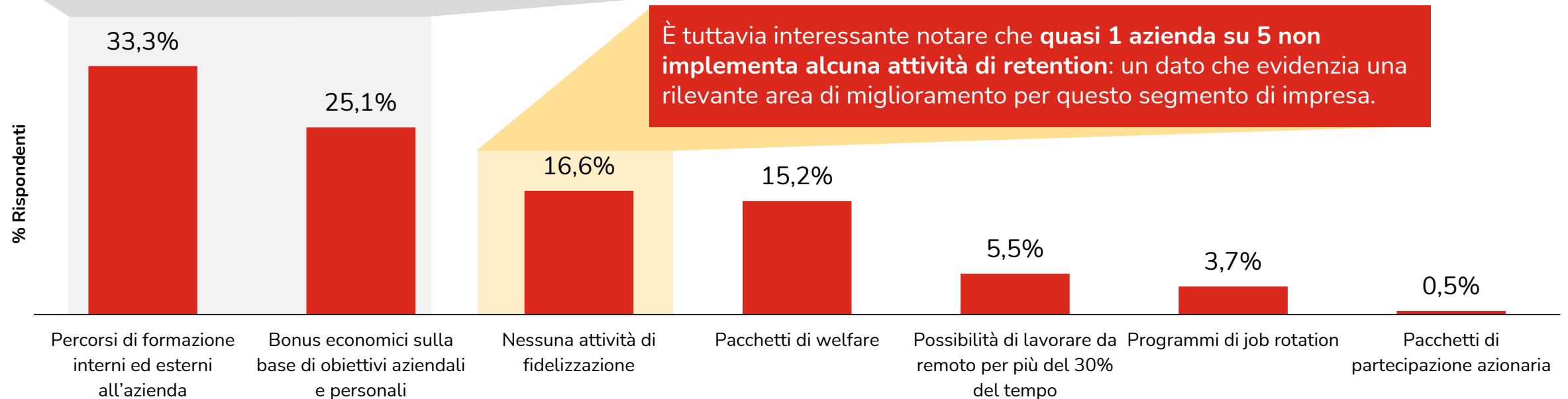
Quali sono gli ostacoli principali per una piccola media impresa rispetto alle grandi corporation nell'attrazione dei talenti?

Il **32,4%** delle PMI riscontra difficoltà nell'attrarre talenti a causa dell'offerta di **percorsi di crescita meno accattivanti** rispetto a quelli delle grandi imprese. Il **21,3%** è ostacolato dalla **minore riconoscibilità del brand** e il **18,8%** dall'implementazione di **politiche di welfare meno strutturate**.

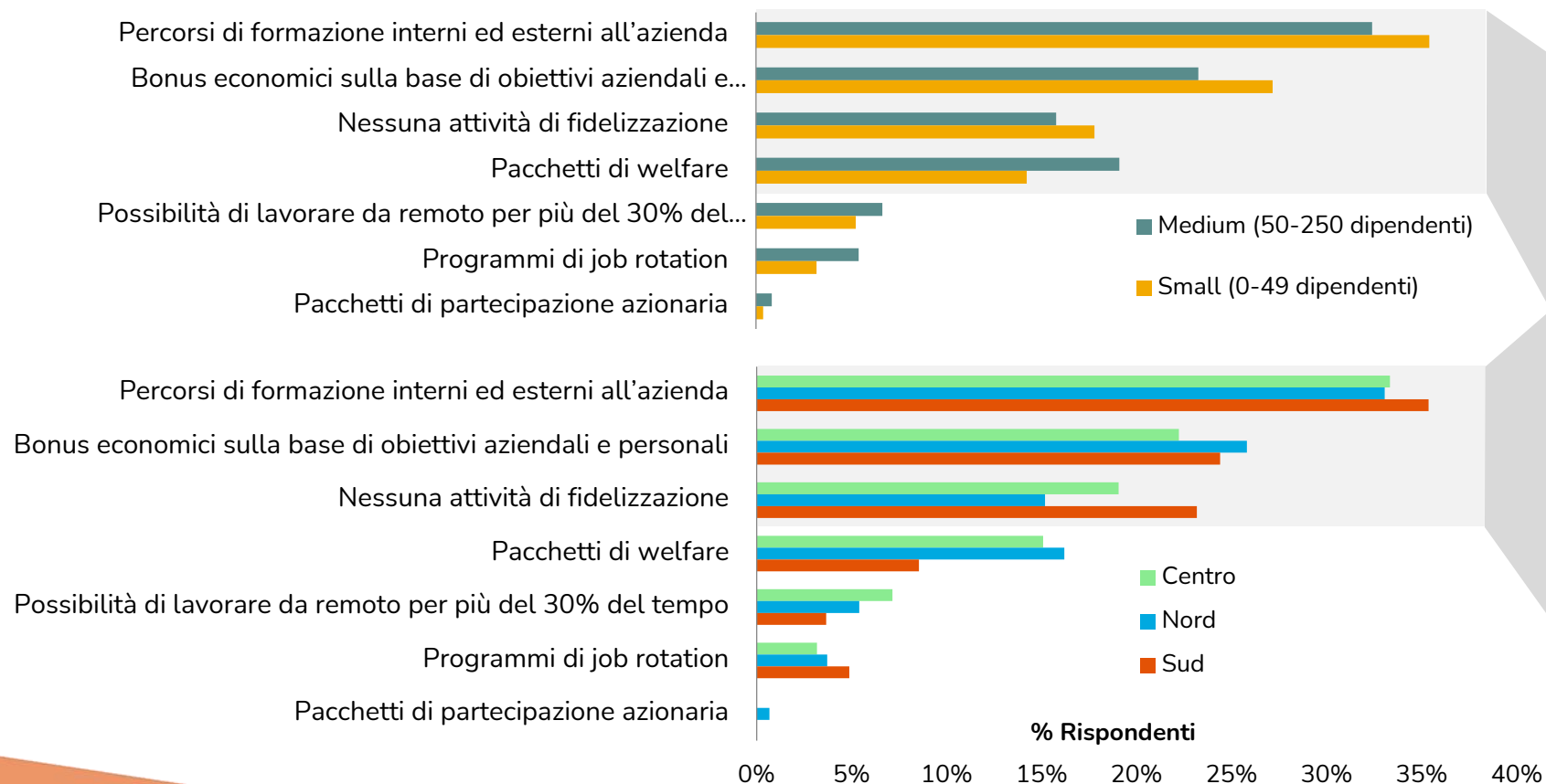


Quali di queste attività di fidelizzazione dei lavoratori vengono messe in pratica?

Le PMI italiane dichiarano di adottare diverse strategie di retention verso i propri dipendenti. In particolare, l'offerta di **percorsi di formazione interni ed esterni** è la pratica più comune (33,3%), seguita da **bonus economici basati su obiettivi aziendali e personali** (25,1%).



Quali di queste attività di fidelizzazione dei lavoratori vengono messe in pratica?



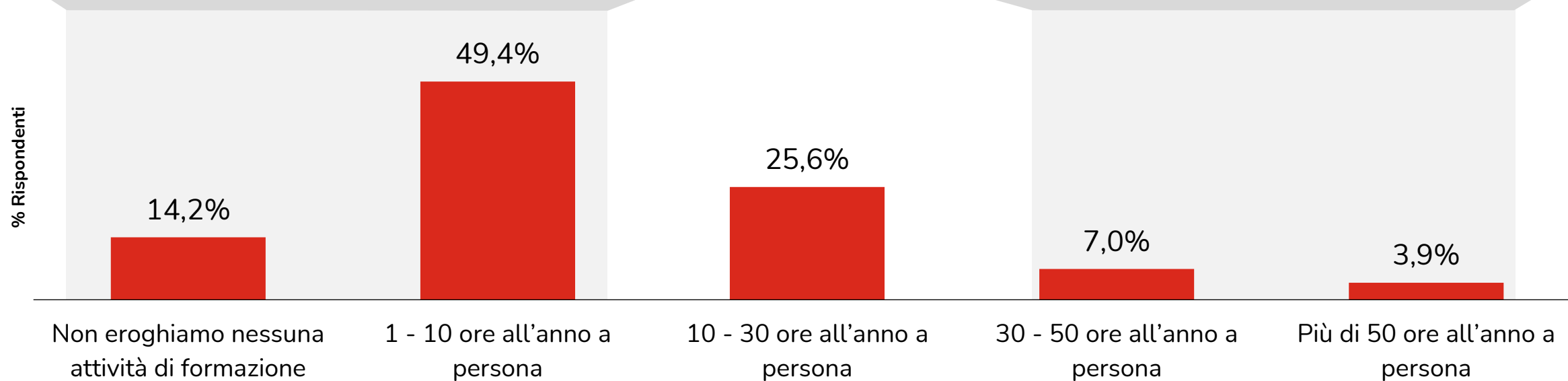
Se si guarda nello specifico alla dimensione aziendale e alla distribuzione geografica, emerge come, in proporzione, le **piccole imprese** puntino sull'**offerta di formazione (circa il 35%)**, specialmente al **Sud** dove però, in molti altri casi (**1 su 4**), non viene implementata alcuna attività.

Le **medie imprese**, invece in proporzione, pongono più attenzione all'**offerta di piani welfare** che garantiscano un maggior benessere ai lavoratori.

Quante ore di formazione vengono erogate ai dipendenti?

Quasi il **15%** delle aziende dichiara di **non erogare formazione** ai propri dipendenti, mentre quasi il **50%** si colloca nella fascia da **1-10 ore all'anno** a persona.

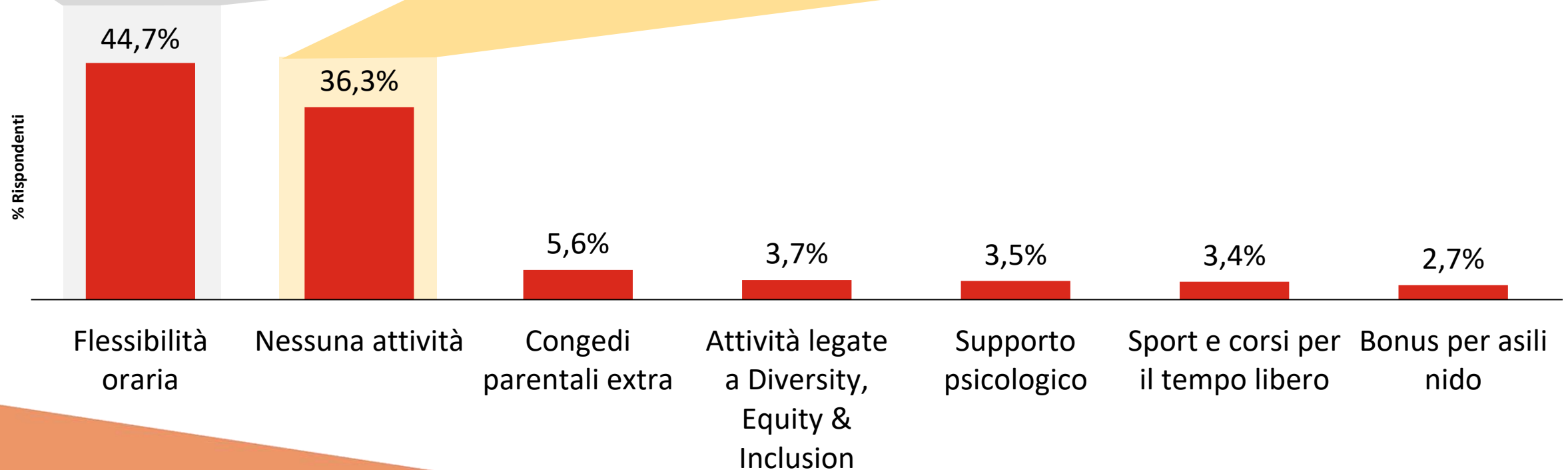
Sebbene le aziende dichiarino di investire sulla formazione come prima opzione di retention, solo **1 su 10** afferma di erogare più di **30 ore** di formazione.



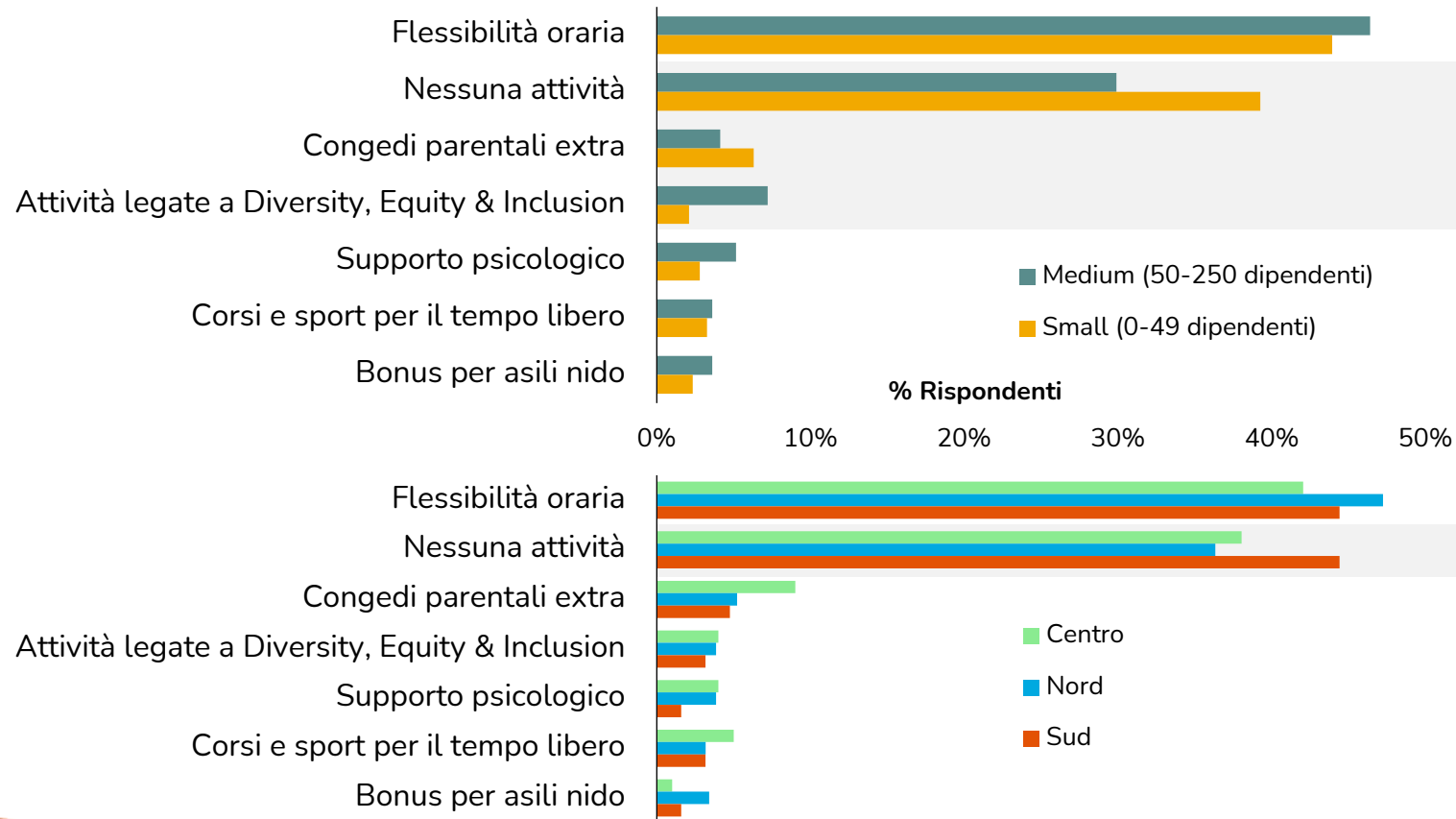
Quali di queste attività di welfare e benessere per i lavoratori vengono messe in pratica?

La maggior parte delle **attività di welfare e benessere** messe in atto dalle aziende intervistate è **relativa alla flessibilità oraria**.

Spicca anche in questo caso un **36,3%** di imprese che **non pratica attività di welfare**.



Quali di queste attività di welfare e benessere per i lavoratori vengono messe in pratica?

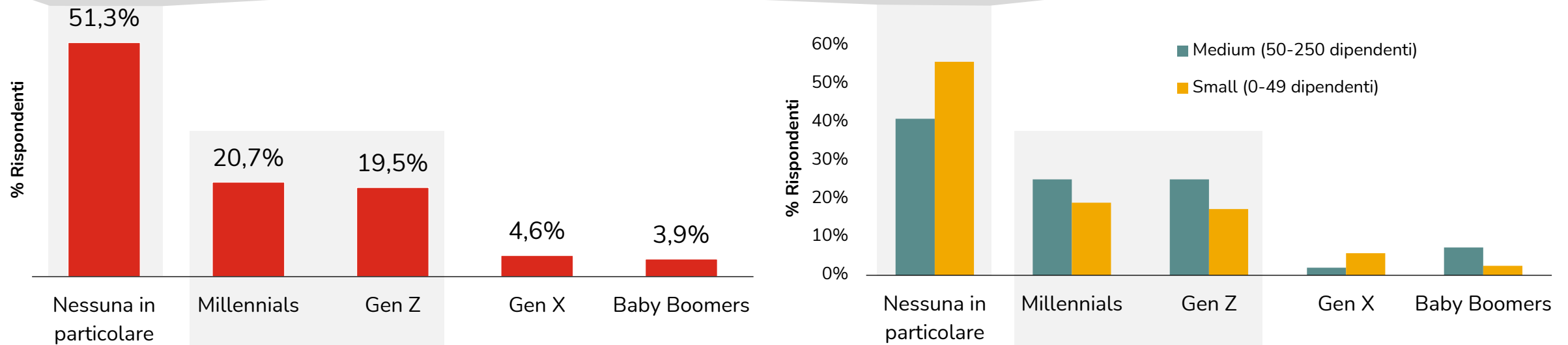


A livello di dimensione aziendale, le **imprese Medium**, in proporzione, si focalizzano maggiormente su attività relative alla **DE&I**, mentre le **realità Small**, per circa il **40%**, non mettono in atto **alcuna attività di welfare**.

Allo stesso modo, nel **Sud Italia** una quota importante di PMI, rappresentata da **quasi la metà** del totale, dichiara di non mettere in pratica **nessun tipo di servizio di welfare**.

Qual è la generazione più esigente rispetto alle richieste sul luogo di lavoro?

In generale, più della metà delle imprese intervistate, in particolare le Small, non riscontra significative differenze in termini di esigenze espresse dalle diverse generazioni.



Le generazioni identificate come più esigenti sono Millennials e Gen Z.

- Le **hard skill** maggiormente ricercate dalle PMI italiane sono quelle **specialistiche**, in particolare di produzione. Coerentemente con questo dato, le figure professionali maggiormente ricercate (quasi 50%) oggi risultano essere gli **operai specializzati** (in particolare al Nord Italia). Questo scenario pone l'attenzione sulla necessità di incentivare i percorsi di formazione in ambito tecnico, creando un dialogo sempre più serrato tra mondo della formazione e imprese.
- Emerge una forte **centralità delle soft skill**, ritenute – dopo le competenze hard di produzione – quelle **più difficili da reperire tra i candidati** (in particolare problem solving, flessibilità, capacità di lavorare in team).
- Guardando al tema dell'**attrazione dei talenti**, le PMI individuano ai primi posti tre fattori che la rendono complessa: percorsi di crescita percepiti come meno accattivanti rispetto a quelli offerti dalle grandi imprese (lo indica quasi un terzo delle aziende); minore riconoscibilità del brand (21,3%); implementazione di politiche di welfare meno strutturate (18,8%).

- Anche la **fidelizzazione dei dipendenti** risulta essere una sfida che le PMI oggi sono chiamate ad affrontare e che si configura come un'area con forti margini di miglioramento: quasi 1 azienda su 5, infatti, dichiara di non mettere in campo alcuna attività su questo fronte.
- La **formazione** risulta essere **la strategia di fidelizzazione maggiormente adottata** dalle PMI (soprattutto dalle piccole imprese). Tuttavia, complessivamente, quasi la metà delle aziende intervistate dichiara di offrire al massimo 10 ore di formazione all'anno per dipendente. Solo 1 azienda su 10 offre più di 30 ore.
- Anche il **benessere**, aspetto considerato oggi sempre più centrale dai candidati, è un'area che necessita di essere sviluppata (quasi il 37% non prevede alcuna iniziativa in tal senso), soprattutto nelle piccole imprese e al Sud.



GRAZIE