



Career day: sono utili o no?

- Focus sulla riforma Fornero
- Gli uffici placement: ecco come funzionano
- Una piattaforma per il welfare 2.0

Dire la verità è sempre importante, ancor più nei momenti di crisi



Un mese è passato, e l'Italia è ancora senza un nuovo governo. Quello vecchio resta in sella – eccetto qualche dimissionario a sorpresa – per gli “affari correnti”, ma non ha più potere e non può né dettare politiche né portare avanti riforme. Fallito il mandato esplorativo di Bersani, nelle ore in cui Next va in chiusura è il momento dei «saggi» nominati dal presidente Napolitano nella speranza di riuscire a formare un esecutivo che

duri almeno fino a settembre. In tutto questo, il leader degli industriali Giorgio Squinzi ricorda al Paese le priorità – crescita, occupazione – e avverte: «**Le imprese sono disperate e il problema dell'occupazione sta diventando tragico**». Insomma, o si arriva presto alla soluzione dell'impasse politico, o il tessuto produttivo del nostro Paese è destinato al collasso. Che vuol dire collasso, dal punto di vista di Squinzi e soprattutto nell'ottica di *Next HR & Management* e dei suoi lettori? Significa **aziende in difficoltà, ricavi ridotti, budget tagliati**. Significa, soprattutto, **blocco delle assunzioni, riduzione delle posizioni aperte**. Significa **stallo del mercato del lavoro**: perché se la domanda si riduce, l'offerta – cioè gli aspiranti lavoratori, soprattutto giovani, che cercano un impiego e una retribuzione – si ingrossa e viene frustrata. In una situazione come questa, **particolare importanza assume la comunicazione che ciascuna azienda dà di sé all'esterno**, specie se partecipa ad eventi come le fiere del lavoro e i career day a cui abbiamo voluto dedicare la coper-

tina di questo numero. Mai come in questi casi il motto “Veracity, visibility, value” diventa strategico. Essere presenti a una fiera del lavoro permette di raccogliere un gran numero di cv e di venire a contatto con centinaia di giovani, potendo attuare già un primo screening sulla base del contatto a tu per tu. Ma presentarsi come recruiter in un momento in cui sfiducia, rabbia ed esasperazione sono gli stati emotivi che più spesso caratterizzano chi cerca lavoro è anche molto delicato e rischioso: **gli stand diventano allora un banco di prova per le aziende. Specie in questo periodo, la trasparenza rispetto alla reale esistenza di posizioni aperte e agli inquadramenti contrattuali e retributivi proposti è indispensabile** per comunicare in maniera corretta e positiva il proprio marchio.

Con la speranza - comune davvero a tutti - che la bufera passi, il mercato riparta, e con esso anche gli investimenti nelle risorse più preziose: quelle umane.

Eleonora Voltolina
direttore *Next HR & Management*

Ho letto la mia vita in questo libro. E ho deciso di fare qualcosa.

Un fenomeno che coinvolge la maggioranza dei

12 milioni di italiani

tra i **19** e i **35** anni

acquista il libro

mensile di attualità sul mondo del lavoro,
del management e delle risorse umane

Eleonora Voltolina *direttore responsabile*

Eleonora Voltolina_Veronica Olivieri_Andrea Curiat_Silvia Alparone_
Sofia Loreface_Marianna Lepore_Eleonora Della Ratta_Clara Attene



- > Focus sulla riforma Fornero
- > Gli uffici placement: ecco come funzionano
- > Una piattaforma per il welfare 2.0

Editoriale

Newsroom

Approfondimenti

- Un tuffo nel mondo dei career day
- La voce pro: Fabio Dioguardi
- La voce contro: Paolo Citterio

Faccia a Faccia

Torvergata, Francesca Gelosia:
«Vi racconto il nostro piccolo grande
career day»

Università e territorio

Gli uffici placement: ecco come
funzionano

Attualità

Riforma Fornero, a che punto siamo?

Studi e ricerche

Il vero nemico dell'occupazione?
È il costo del lavoro

Dalla legge all'ufficio

Poco lavoro per i disabili: quasi 40mila
posti vuoti in barba alla legge

Europa, Mondo

Unione europea, una grande
coalizione per combattere la
disoccupazione

Tecnologia

Una piattaforma per il welfare 2.0

Lo scaffale del manager

La riforma Fornero spiegata a mia
nipote

Un tuffo nel mondo dei career day

di Andrea Curiat



In tutta Italia si svolgono ogni anno decine di fiere del lavoro: un'occasione fondamentale per trovare e reclutare giovani talenti. A patto, però, di saperla sfruttare al meglio, dedicandovi il giusto impegno. E di selezionare gli eventi in base alle reali esigenze del proprio business.

In Italia ci sono **100 università pubbliche e private che formano, ogni anno, circa 2 milioni di studenti**. In termini di risorse umane, si tratta di un **enorme capitale di talenti che rappresenta il principale bacino** cui le aziende possono attingere per reclutare nuove leve e coprire il turnover. Il web, con la pubblicazione online di posizioni aperte e la ricezione

via mail di curriculum vitae, rappresenta sicuramente il canale più rapido per acquisire un enorme volume di contatti da cui partire per una prima selezione. Ma si tratta di un approccio impersonale – almeno sino al momento del primo colloquio, quando buona parte dei cv sono già stati scartati. E a volte è proprio la conoscenza diretta dei giovani che permette ai recruiters di rivalutare quello che, sulla carta, sembrava un curriculum scadente. I numerosi career day promossi in tutta Italia dagli atenei e da società terze offrono alle aziende un'occasione per incontrare i giovani faccia a faccia, così da conoscerli e farsi conoscere. Questi eventi possono sostanzial-

mente dividersi in tre categorie: quelli organizzati dalle università e rivolti generalmente all'interno – a laureandi e neolaureati; quelli promossi da società terze di consulenza o comunicazione o enti pubblici e aperti a tutti, giovani e meno giovani; e ancora quelli settoriali o pensati per categorie specifiche di persone. Anche all'interno di queste tre macro-categorie, tuttavia, ci sono delle differenze che risultano importanti per le aziende che valutano la possibilità di parteciparvi. Tra le fiere del lavoro non universitarie e aperte a tutti, ad esempio, vi è JobMeeting: un evento "itinerante" organizzato da Cesop Communication in diverse città d'Italia.

Uno stand al Polimi costa circa 4mila euro più i servizi aggiuntivi

Si tratta di uno dei pochi career day di rilievo che tocchi anche il Sud Italia, arrivando a Napoli e Bari. Anche il Job Forum oltre alla data di Torino ne ha in programma anche una a Catania (e per la prima volta nel 2013 a Parma); le ultime edizioni hanno attratto quasi 7mila visitatori a Torino e

Eventi specializzati per pari opportunità e chimica: Diversitalavoro e Pharmaday

meno di 4mila a Catania – forse un segnale della crescente percentuale di Neet tra i giovani del Sud. **La maggior parte degli appuntamenti di questo tipo, infatti, è concentrata nel Centro e Nord Italia**, un trend che è dovuto all'alto tasso di disoccupazione giovanile nel meridione e che, al tempo stesso, rappresenta un ulteriore fattore di svantaggio per i neolaureati del Mezzogiorno.

Il Synesis Forum, invece, è localizzato a Milano; si distingue per la presenza di una "palestra" volta ad allenare i ragazzi a sostenere colloqui, compilare curriculum e avvicinarsi al mondo del lavoro.

Il costo medio per partecipare a questi eventi oscilla tra i 2mila e i 4mila euro, a seconda della visibilità che si desidera avere e dei servizi cui si vuole accedere.

Ci sono poi le occasioni di incontro gratuite non solo per i ragazzi ma anche per le aziende. Campus Mentis, lanciato nel 2009 in diverse città italiane su impulso dell'allora ministro della Gioventù Giorgia Meloni e promosso dal Consiglio dei ministri, non è un career day tradizionale ma un'occasione di orientamento al lavoro per i giovani. Sebbene il *job placement* non sia il focus dell'evento, non mancano le occasioni di incontro tra candidati e recruiter. E a carico

delle aziende ci sono solo le spese di trasferimento da e per i campus e le spese per il personale distaccato nei giorni dell'evento.

Questi sono i principali career day "generici". Qui le aziende possono trovare giovani economisti e ingegneri, laureati in giurisprudenza e in scienze umane. Ma

ci sono anche gli eventi con un focus specifico. L'International Career Day di Milano è dedicato esclusivamente agli studenti che vogliono lavorare all'estero e abbiano un'ottima padronanza dell'inglese e, come tale, è rivolto alle aziende estere o alle imprese italiane con una forte vocazione all'internazionalizzazione. Il Bio Pharma Day riguarda le aree biomedica, biotecnologica, farmaceutica, medica e sanitaria e ospita in genere un numero ristretto di imprese da questi settori. Ancora più ristretto l'ambito di Diversitalavoro, pensato per coprire gli ambiti della diversity (disabili, stranieri e

transgender): i candidati possono partecipare solo su invito e all'ultimo evento di Napoli erano presenti appena 7 aziende.

I career day organizzati nelle università (direttamente o attraverso società terze) solitamente sono "targhettizzati" attraverso le facoltà presenti: l'Alma Mater di Bologna ha un numero così ampio di corsi di laurea da coprire molte aree di interesse per i recruiter – dall'economia alla chimica passando per l'ingegneria e le scienze umanistiche. Stesso discorso per la Cattolica che, nelle due sedi di Milano e Piacenza, ospita laureati in economia e agraria, scienze bancarie, linguistiche e della formazione, ma anche giurisprudenza o psicologia. Per la Bocconi di Milano l'ambito di selezione è invece molto più ristretto: le aziende vengono in contatto quasi esclusivamente con laureati e laureandi in giurisprudenza ed economia aziendale. Per chi ha bisogno di giovani ingegneri, architetti e designer di talento, il career day di riferimento è quello organizzato dal Politecnico di Milano, insieme alle due fiere parallele dedicate



rispettivamente alle carriere internazionali e alle Pmi.

La Iulm di Milano è specializzata in lingue e comunicazione e attira naturalmente questo tipo di candidati; tuttavia, ha scelto di aprire il proprio evento a tutti i giovani che vogliono partecipare, e non soltanto ai neolaureati e agli studenti interni.

I costi dei career day universitari non sono inferiori, in media, a quelli di enti esterni. Anche in questo caso la media dei prezzi per le partecipazioni aziendali va da 2 a 4mila euro, con offerte variabili in termini di stand, visibilità e servizi di comunicazione.

Ma come sfruttare al meglio la partecipazione ai career day, a fronte dell'impegno economico e di tempo richiesto? «Non c'è modo peggiore di gestire il proprio stand nel career day che il non dare risposte ai candidati e rimandare a un momento successivo» risponde a *Next* Francesca Saracino, *head of career services* presso il Politecnico di Milano: «Se uno studente si avvicina con una domanda sull'azienda, i responsabili hr presenti devono cercare di

rispondere nella maniera più esauriente possibile. E soprattutto non devono fornire false aspettative ai ragazzi. Inoltre, può capitare che un recruiter sia costretto, per policy aziendale, a non recepire le candidature sul momento ma debba invitare i ragazzi a sottoporre il curriculum online, in formato digitale. Nulla vieta però di segnare i nomi di chi si presenta per poi poterli più facilmente individuare in seconda battuta».

A seguire, una raccolta dei principali eventi 2013 stilata da *Next*, con tutti i costi, le caratteristiche, i contatti e le informazioni utili per le aziende che vogliono scegliere il career day giusto cui partecipare (il numero di partecipanti e di aziende presenti è riferito alle ultime edizioni di ciascun evento).

CAREER DAY GENERICI

CAMPUS MENTIS

(<http://www.campusmentis.it/>)

Progetto di *career guidance*, formazione e orientamento al lavoro realizzato sul format del campus residenziale. L'esperienza è

cominciata nel 2009 (<http://bit.ly/11KNrnf>), con il progetto pilota denominato "Global Village Campus". Partito nel 2010, prossima tappa di questa edizione (la sesta) a Napoli dal 20 al 24 maggio.

Affluenza: All'ultima edizione 800 ragazzi suddivisi nei campus di Bologna, Roma e Bruxelles.

Aziende: All'ultima edizione circa 60. Le posizioni disponibili per la prossima saranno fino a 150.

Costi e contatti: La partecipazione per le aziende, così come per i ragazzi, è gratuita. A carico delle aziende ci sono solo le spese di trasferimento da e per i campus e le spese per il personale distaccato nei giorni del campus. Per info generali: segreteria@campusmentis.it, tel. 06 49690392 - Cell. 392 7696761. Per partecipare: aziende@campusmentis.it.

JOBMEETING

(<http://www.jobmeeting.it/>)

Le prossime tappe del 2013 saranno a Roma il 30 maggio, Bari il 5 giugno, Milano il 2 ottobre, Napoli l'8 ottobre, Bologna il 24 ottobre, Padova il 7 novembre, Pisa il 21 novembre.

Affluenza: Variabile in base alle tappe. Va dai 2.500 partecipanti di Pisa agli 8.000 di Roma o Napoli.

Costi e contatti: Da 2.500 a 5.000 euro a seconda della visibilità che si vuole avere. Qui le informazioni commerciali (<http://www.cesop.it/contatti>) per aziende.

JOBFORUM

(<http://jforum.it/>)

Evento organizzato a Torino, Catania e Parma. Ultima edizione a Catania nel novembre 2012; prossime tappe il 9 maggio a Torino, il 30 maggio per la prima volta a Parma e il 28 novembre a Catania.

Affluenza: 6.158 partecipanti a



Torino e 3.283 partecipanti a Catania.
Costi e contatti: Da 2 a 4mila euro.

SYNESIS FORUM

(<http://www.synesisforum.it/>)

Prima edizione a Milano nel 1992, la prossima è la 23esima e si terrà il 23 aprile al Museo nazionale della Scienza e della tecnologia "Leonardo da Vinci" a Milano.

Affluenza: 3.893 visitatori.

Aziende: 32 aziende.

Costi e contatti: Da 1500 a 4000 euro. Partecipazione alla palestra da 500 a 1500 euro. Per info: info@synesiscs.it.

BRAIN AT WORK

(<http://www.brainatwork.it/>)

Arrivato alla tredicesima edizione (la prima nel 2001); il prossimo evento si terrà a Cosenza il 6 giugno 2013.

Affluenza: Circa 10mila.

Costi: Dato non comunicato («non è nella policy aziendale divulgare o promuovere informazioni commerciali»).

CAREER DAY SPECIALIZZATI

BIO PHARMA DAY

(<http://www.biopharmaday.it/>)

Organizzato da Jobadvisor interamente dedicato alle imprese, istituti di ricerca, agenzie di selezione ed enti formativi dell'area medica, biomedica, sanitaria, farmaceutica e biotecnologica. Le prossime edizioni si terranno il 4 aprile a Milano presso il Palazzo delle Stelline, e il 23 ottobre a Roma al Centro Congressi Frentani.

Affluenza: 1.230, con età media di 25 anni.

Aziende: 12 aziende, la Fondazione Istud - Business School e la delegazione di Eures da vari Paesi europei.

Costi e contatti: Da 3mila euro



+ Iva per uno stand arredato a un massimo di circa 5mila euro + Iva per tutti i servizi accessori. Numero verde: 800 193776.

DIVERSITALAVORO

(<http://www.diversitalavoro.it/>)

Prima edizione nel maggio 2007, oggi l'evento - promosso da Fondazione Sodalitas, Unar, Synesis career service e Fondazione Adecco per le pari opportunità - è arrivato alla 11esima edizione. Se ne tengono tre all'anno: uno è già avvenuto a Napoli (prima edizione in questa città, a fine febbraio 2013); restano le tappa di Milano (il prossimo 5 giugno nella sede di Banca Popolare Milano) e quella di Roma prevista per l'autunno.

Affluenza: 312 persone preselezionate e 270 al convegno organizzato sui transgender (evento ad invito).

Aziende: 7

Costi e contatti: Da 2mila a 3mila euro.

INTERNATIONAL CAREER DAY

(<http://www.internationalcareerday.it/>)

Evento organizzato da Jobadvisor e dedicato alle carriere in ambito internazionale. La prossima edizione si terrà il 3 aprile a Milano, presso Palazzo delle Stelline.

Affluenza: 618 (di cui il 20% stranieri).

Costi e contatti: 2.000 euro per uno stand arredato (3x2 metri), 500 euro per una presentazione di 50 minuti in una stanza apposita, 100-200 euro per la sponsorship dell'evento, 300 euro per il servizio di direct email marketing, 800 euro per avere 1.000 borse dell'evento con il logo dell'azienda stampato sopra. Per ulteriori informazioni: Eszter Macsar +39 02 36563026, e.macsar@jobadvisor.it.

CAREER DAY DELLE UNIVERSITÀ

ALMA MATER BOLOGNA

(<http://careerday.unibo.it/>)

Quest'anno si svolgerà la sesta edizione. La prima si è tenuta nel 2008. Il prossimo appuntamento è previsto per il 10 aprile 2013.

Affluenza: Circa 7.300 studenti

Aziende: Circa 50, lo stesso numero di adesioni è previsto anche quest'anno.

Costi e contatti: 3mila euro. Contattare: Job Placement, tel 051 2099872, mobile 338 9363964, mail: jobplacement@unibo.it.

BOCCONI&JOBS

(<http://bit.ly/XJ9VXn>)

La prima edizione dell'evento si è tenuta nel 2003 e la prossima edizione sarà la diciannovesima. Bocconi&Jobs, a partire dal 2005, si tiene due volte all'anno (maggio e novembre). Il prossimo evento si terrà presso l'Università Bocconi il 7 maggio 2013.

Affluenza: 4519 visitatori (studenti e laureati dell'università Bocconi).

Aziende: 95 employer; per la prossima edizione sono in corso le adesioni.

Costi e contatti: 3mila euro. Per informazioni sulle modalità di iscrizione telefonare a +39 02 5836.3092 o scrivere a bocconi.jobs@unibocconi.it.

CAREER DAY CATTOLICA PIACENZA

(<http://careerdaycattolica.it/>)

Prima edizione a Piacenza nel 1999, prossima edizione 16 aprile alla Cattolica di Piacenza. L'evento è giunto alla 13esima edizione.

Affluenza: 2400 visitatori.

Aziende: 81 aziende, 5 associazioni, 5 ordini professionali, 12 cooperative, 5 stand dell'Università Cattolica del Sacro Cuore.

Costi e contatti: Da 2mila a 4mila euro. Scrivere a info@synesiscs.it.

CAREER DAY CATTOLICA MILANO

(<http://careerdaycattolica.it/>)

Prima edizione ottobre 2006, prossima edizione Milano 10 ottobre nella sede dell'università Cattolica.

Affluenza: 5mila utenti si sono registrati durante la giornata e attraverso il sito, 8mila gli studenti che hanno transitato nei chiostri della Cattolica.

Aziende: 90 aziende presenti di cui 19 studi legali nazionali e internazionali e 2 di commercialisti.

Costi e contatti: Da 2mila a 4mila euro. Scrivere a info@synesiscs.it.

CAREER DAY POLITECNICO MILANO

(<http://bit.ly/14y4nqi>)

La prossima edizione si terrà il 14 maggio presso il Campus Bovisa (Via Lambroschini 4, Milano).

Affluenza: Più di 5mila studenti e laureati del Politecnico.

Aziende: Circa 100 aziende con 12 presentazioni aziendali.

Costi e contatti: Circa 4mila euro, con possibili sconti per le aziende con partnership consolidate con il Politecnico e costi aggiuntivi per servizi ulteriori di comunicazione, placement, marketing. Per maggiori informazioni: tel. 02.2399.3945, e-mail: careerday@polimi.it.

CAREER DAY UNIVERSITÀ

IULM

(<http://bit.ly/xkXQkG>)

Il primo evento si è tenuto nel 2010. Quest'anno siamo alla terza edizione, che avrà luogo il 17 aprile.

Affluenza: Circa 3mila

Aziende: 156 all'edizione scorsa. A questa edizione sono previsti 168 aziende partecipanti.

Costi e contatti: Nessun costo. Per inviare la richiesta di partecipazione è necessario mandare una mail a placement@iulm.it con la motivazione di candidatura.

CAREER DAY UNIVERSITÀ STATALE

(<http://bit.ly/qF6nlo>)

Organizzato dal Cosp (Centro per l'orientamento allo studio e alle professioni) di ateneo; la prima edizione si è tenuta nel 2009.

Affluenza: Circa 3mila

Aziende: 90, più una dozzina di stand di enti di formazione, realtà non profit e testate giornalistiche dedicate ai giovani.

Costi e contatti: Nessun costo a carico delle aziende. La partecipazione avviene su invito dell'università stessa. Per candidarsi, scrivere a cosp@unimi.it

UNIVERSITÀ

Alma Mater Bologna
Università Cattolica sede di Piacenza
Università degli studi di Genova
Iulm
Università di Trieste
Politecnico di Torino
Università Ca'Foscari di Venezia
Università Bocconi
Università Tor Vergata di Roma
Università di Perugia
Lumsa
Politecnico di Milano
Università politecnica delle marche
Università degli studi di Pavia
Università di Padova
Ca'Foscari

CAREER DAY

Alma Orienta 2013
Career day
Career Day
Iulm Orienta
Job@Units
Orientati al futuro
Finance Day
Bocconi&Jobs
Forum Università-lavoro
Job Day economia
Career Day
Career Day
Economia al lavoro
Porte aperte alle imprese
Università aperta
Career Day a Ca'Foscari

DATA

10 aprile
16 aprile
16-17 aprile
17 aprile
18 aprile
18 aprile
18 aprile
7 maggio
7 maggio
9 maggio
9 maggio
14 maggio
16 maggio
22 maggio
23 maggio
26 novembre

INCONTRI JOBMEETING

Roma
Bari
Milano
Napoli
Bologna
Padova
Pisa

DATA

30 maggio
5 giugno
2 ottobre
8 ottobre
24 ottobre
7 novembre
21 novembre

ALTRI EVENTI

International career day
Biopharma day
Fiera del lavoro
Italian Cruise day

DATA

3 aprile, Milano
4 aprile, Milano
19 aprile, Biella
25 ottobre, Livorno

«Career day utili, ma solo se si hanno davvero posizioni aperte»

C'è chi investe molto nei career day, anche in prima persona: è il caso di Ferrero e di quello che fino all'anno scorso era il suo direttore delle risorse umane, Fabio Dioguardi, oggi employer branding and talent acquisition global director. Che ai career day andava in prima persona, in maniche di camicia, a parlare coi ragazzi e ricevere i cv.

Insomma questi eventi servono davvero?

Sì: sono uno strumento rilevante. Ma non da soli: vanno inseriti in un complesso di azioni di comunicazione e strategiche. Per farsi conoscere bisogna usare diversi canali: i *mass media* e i più attuali *digital media* non sono sufficienti, vanno implementati con occasioni che permettano l'incontro "fisico" con i candidati. In quei momenti di interazione c'è il contatto con le persone in carne ed ossa.

Fino a un anno fa, quando è passato all'headquarter Ferrero in Lussemburgo, lei partecipava personalmente alle fiere del lavoro. Una scelta insolita per un hr manager del suo livello.

Innanzitutto io penso che agli stand sia importante che a presentare l'azienda ci siano sia giovani, con cui i ragazzi si possano identificare, sia manager: non solo il direttore delle risorse umane, anche altri, anche il direttore generale. Dev'essere presente un management che dia autorevolezza e nello stesso tempo la possibilità ai candidati di entrare in contatto con chi ha esperienza. A questi eventi le imprese devono presentarsi insomma con un buon "mix" di rappresentanti. E poi per i manager come noi è anche importante confrontarsi con i giovani direttamente: si parla sempre della generazione Y che ha una mentalità così diversa dalla nostra, e questi eventi danno l'opportunità di conoscerla dal vero. Di avvicinarci a quello che ogni giorno che passa, sempre di più, diventa il nostro target. E comunque questa domanda mi fa sentire un po' una mosca bianca...

Perché?

Perché all'estero è più normale: questi eventi sono frequentati da molti manager. Invece in Italia non è così: spesso si ritrova agli stand dei career day addirittura lo *stageur*; e ciò capita ancor più spesso alle fiere del lavoro.

Ne parla come cose distinte.

Sì, preferisco differenziare nettamente il linguaggio. Per me il career day è una giornata di una sola scuola, o università, o più scuole o università insieme: quindi si va a incontrare una popolazione già come dire "targettata". Le fiere del lavoro, principalmente i Jobmeeting, riuniscono invece più target, gli studenti ed ex studenti di più università, più scuole, più territori: sono in un certo senso generici.

Uno vale l'altro?

Non saprei se ognuno vale l'altro. Noi scegliamo i career day in base alla partnership che vogliamo avere con una università: quindi partiamo da lì, dal contatto con l'ateneo che ci interessa.



E le fiere del lavoro più generiche?

Noi non le facciamo più. Ma questo dipende dalle esigenze e dal profilo dell'azienda. Noi siamo una realtà che assume poco, perché non abbiamo praticamente turnover. Quindi le nuove assunzioni sono poche, e sono importanti. Alle fiere del lavoro è utile andare per aziende che hanno un programma di assunzione serio e corposo, perché questi eventi sono fatti espressamente con l'obiettivo immediato di far trovare lavoro alla gente. Un career day è diverso, c'è una costruzione a medio-lungo termine su un certo target universitario. Noi mettiamo in atto una trentina di assunzioni all'anno: è niente per una fiera del lavoro, è tanto se concentrato in una sola università.

Dunque non ha senso partecipare se non si hanno posizioni aperte, perché si creano aspettative destinate a venir frustrate?

Esatto. Anzi, si può avere un ritorno addirittura negativo, perché poi quando questo viene chiarito, i giovani giustamente dicono "Ho perso tempo, perché questi vengono qui se non hanno posti?". Meglio evitare.

«Le fiere del lavoro servono solo al marketing, non alle HR»

I career day sono davvero utili nel contesto odierno di elevata disoccupazione giovanile e crisi delle assunzioni? Paolo Citterio, presidente dell'associazione Gidp/Hrda, esprime un parere critico sugli incontri tra giovani e imprese. Che sarebbero occasioni di marketing più che di recruiting.

«I career day? Erano utili fino al 2007 o al 2008. Oggi servono solo alle grandi aziende per dare visibilità ai rispettivi brand. Non sono al servizio delle divisioni hr, ma del marketing». Questo il giudizio lapidario di Paolo Citterio, presidente e fondatore dell'Associazione direttori risorse umane Gidp/Hrda, che spiega a *Next* le ragioni del proprio scetticismo in materia di job day tra aziende e neolaureati.

Dunque i career day non rappresentano un'occasione utile per selezionare i nuovi talenti?

Il problema non sta nelle occasioni in sé, ma nello stato attuale del mercato del lavoro. Le Pmi italiane non assumono, o inseriscono solo le risorse indispensabili. Ogni giorno le aziende ricevono dozzine di curriculum validi. Per fare selezione ricorrono agli stage, si appoggiano agli uffici di placement delle università, ricorrono al passaparola. E se hanno delle risorse in più, le usano per sottrarre i ragazzi migliori ai competitor piuttosto che per partecipare alle fiere del lavoro.

Quindi queste occasioni a chi servono?

Esclusivamente alle grandi aziende, come occasione di visibilità più che di recruiting. In Italia le grandi imprese con più di 250 dipendenti sono una minoranza, appena 3.700 contro le 32mila francesi e le 40mila tedesche. In Germania e in Francia si che si assume. In Italia c'è il problema della scarsa flessibilità in entrata, anche per via della riforma Fornero. Molti colleghi si lamentano di quella complessa operazione che è l'apprendistato di alta formazione, che si distingue per

essere di difficile attuazione e per di più costoso. In questa situazione, i career day sono un lusso.

Ma proprio le Pmi dovrebbero avere bisogno di inserire giovani brillanti, così da restare competitive sul mercato.

Le Pmi, oggi, navigano a vista. A meno che non abbiano un *backlog*, delle commesse molto lunghe, non possono assumere personale per gli anni a venire. E così aspettano con un atteggiamento di *"wait and see"*. E l'alto costo del lavoro incide in misura ancora maggiore sulle piccole imprese. Bisogna poi tenere presente un altro fenomeno. Nelle piccole aziende italiane l'imprenditore fa il capo, pensa alla ricerca e



sviluppo, si occupa del personale... insomma, fa tutto. Difficilmente ha tempo o modo di partecipare a un career day e spesso non ha una struttura addetta alla gestione hr cui delegare il compito. Per non parlare della ritrosia naturale nei confronti dei neolaureati.

Vale a dire?

Molti piccoli imprenditori italiani sono estremamente capaci e intelligenti, anche specializzati nel proprio campo, ma hanno una cultura "media". Per questo guardano spesso con timore reverenziale ai neolaureati. Così, invece di dotarsi di una struttura adeguata che possa far crescere davvero l'azienda, si limitano ad assumere persone dalle competenze tecniche, culturalmente mediocri. Sono gelosi di chi ha una laurea che loro stessi non

possiedono. Questa è un'altra ragione per cui oggi i career day non hanno successo tra le Pmi italiane. E sarà così finché non ci sarà un pieno ricambio generazionale o una svolta culturale nel tessuto produttivo del Paese.

«I piccoli imprenditori guardano con timore e gelosia ai neolaureati»