

Comunicato stampa

Il mismatch tra offerta e domanda di lavoro manageriale frena lo sviluppo industriale: il 42,5% delle imprese non riesce a reperire figure dirigenziali. La vision di 4.Manager per risolvere le asimmetrie

Roma, 22 novembre 2022 - Persiste lo squilibrio tra domanda e offerta di lavoro: quasi 1 impresa su 2 non riesce a reperire figure dirigenziali, mentre il **76,5%** delle imprese italiane trova difficoltà nel trovare le competenze "giuste" per lo specifico fabbisogno. Lo studio della domanda, inoltre, indica un disallineamento delle competenze che riguarda il **44%** nelle soft skills e **35,5%** nelle hard skills. Percentuali che raggiungono picchi più elevati al Nord, rispettivamente il **48% e 37%**. Oggi le aziende non cercano più singole skills, ma un vero e proprio "mix di saperi".

Questo quanto emerge dal Rapporto di 4.Manager - Associazione costituita da Federmanager e Confindustria - dal titolo "*Mismatch tra domanda e offerta di competenze manageriali*", presentato oggi alla presenza di Unioncamere, Aiso, Anpal servizi e Inapp.

"In un'economia deve affrontare rapidi cambiamenti, rileviamo una domanda di competenze manageriali talmente innovative da risultare ancora non adeguatamente definite" commenta **Stefano Cuzzilla, Presidente di 4.Manager e di Federmanager**. *"È il caso, ad esempio, di tutte quelle figure "e-leader" nel campo della sostenibilità di impresa a 360° o delle competenze manageriali per la gestione di sistemi cyber-fisici, in grado di connettere mondo reale e mondo virtuale, fabbrica e singolo consumatore, tecnici e macchine, intelligenze biologiche e artificiali. Proprio su queste professionalità si manifestano forti squilibri tra domanda e offerta di lavoro, il cosiddetto skills mismatch, anche semplicemente per effetto della mancanza di una tassonomia o di tassonomie condivise tra chi offre e chi cerca lavoro"*.

La ricerca

Lo studio di 4.Manager - realizzato con un approccio metodologico integrato che ha visto coinvolti diversi attori in campo, in particolare le società di outplacement - ha cercato di comprendere i meccanismi e i punti di rottura che determinano tale disallineamento sia dalla parte delle imprese sia dei manager, i motivi principali che lo generano, le direttrici di sviluppo e l'evoluzione dello skill mix in relazione alle trasformazioni attuali e alle sfide future.

I risultati

Nel corso degli ultimi 5 anni si è assistito a una crescita di nuovi ingressi al lavoro di manager del settore industriale, che da **6.770** unità del 2017 sono arrivate a **9.820** unità del 2021.

Nonostante la crescita però continua una difficoltà nel reperimento di figure dirigenziali, in particolare nei settori industria e costruzioni. Nel **42,5%** dei casi le imprese non riescono a soddisfare adeguatamente le proprie esigenze (dato 2021). In particolare, in tema di competenze, secondo le ultime stime dell'Osservatorio, il **76,5%** delle imprese

italiane trova difficoltà nel reperimento di competenze “giuste” per gestire un processo (qualità), un’area (risorse umane), o un cambiamento (sostenibilità).

Un disallineamento che va ben oltre le figure manageriali, presentandosi come una condizione strutturale del mercato italiano nel complesso. Stando all’analisi dell’indice europeo delle competenze (ESI) del Cedefop (Centro europeo per lo sviluppo della formazione professionale), l’Italia è all’ultimo posto (31°) per l’attivazione delle competenze e al 27° posto sul fronte dell’abbinamento delle competenze nel mercato del lavoro (Skill Matching).

*“È necessario ripensare il tradizionale modo di produrre conoscenza e competenze, è necessario che la pubblica amministrazione investa in maniera decisa e robusta sul binomio imprese-manager - afferma **Cuzzilla** - Laddove il capitale manageriale e imprenditoriale è valorizzato e continuamente sostenuto, aumentano competitività, resilienza e produttività, il tutto anche a vantaggio del benessere economico e sociale del nostro Paese e dell’Europa.”*

Dal lato della domanda, da parte delle imprese, si assiste a una sempre maggiore difficoltà nel trovare le competenze “giuste”, legate anche a una mancata chiarezza nelle job descriptions relative alle figure necessarie. Dal lato dell’offerta di lavoro, sono cambiate le esigenze dei manager che si concentrano sempre di più sul “Work Life Balance”, con un’attenzione a una maggiore flessibilità e a lavori a progetto, oltre alla possibilità di reinventarsi come consulenti o avviare attività di auto-imprenditorialità.

Tra i principali problemi operativi di allineamento, evidenziati dal Rapporto, troviamo: l’asimmetria tra l’incapacità dei manager di comunicare le proprie soft skills e le imprese che mostrano deficit strutturali nel far assessment di visione dei propri bisogni; il problema delle aziende a codificare e decodificare un linguaggio, e manager che devono rendere più comprensibili le proprie esperienze; la maggiore ricerca di ruoli con competenze a 360° (un connubio tra soft e hard skills); la criticità legata ai canali di incontro tra domanda e offerta non sempre in grado di allineare le competenze richieste e quelle offerte.

Suggerimenti e prossimi step

Per uscire da questa *impasse* è necessario guardare oltre gli schemi tradizionali e trovarne di nuovi, superando la genericità della presentazione della domanda e dell’offerta. Occorre, inoltre, avere una strategia comunicativa che vada al di là dell’utilizzo di etichette e titoli, ricercare le competenze in risposta ai bisogni di impresa e sviluppare la capacità di raccontare le competenze.

Lo studio evidenzia quali sono i passi da compiere per migliorare il dialogo tra competenze e mercato del lavoro. Tra i suggerimenti lato domanda emerge la necessità di cucire su misura l’offerta di lavoro; scegliere efficaci criteri di valutazione rispetto alle singole vacancy; posizionarsi sul canale del mercato del lavoro idoneo alla ricerca del candidato da attrarre; effettuare un’analisi di assessment. Lato offerta invece: analizzare il funzionamento e i bisogni dei mercati occupazionali di interesse; mappare le competenze; profilare la propria candidatura; sviluppare/raffinare e promuovere il self branding; potenziare le conoscenze dei canali del mercato del lavoro.