

I servizi dei centri per l'impiego alle imprese: i risultati di un'indagine di *customer satisfaction*

Firenze, Dicembre 2017

RICONOSCIMENTI

Il documento è stato curato da Elena Cappellini, Leonardo Ghezzi e Nicola Sciclone nell'ambito delle attività comuni di IRPET con Regione Toscana.

Valentina Patacchini ha predisposto la banca dati per le analisi.

Allestimento editoriale a cura di Elena Zangheri.



Regione Toscana



Indice

Introduzione	5
1. Le caratteristiche delle imprese	5
2. Il fabbisogno professionale	6
3. La soddisfazione dei servizi offerti dai CPI	8

Introduzione

La rete dei Centri per l'Impiego (CPI) costituisce lo strumento territoriale predisposto dall'amministrazione per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro. Essa detiene, pertanto, il compito di dare operatività alle politiche attive del lavoro istituite in ambito nazionale e regionale.

Le politiche attive del lavoro si concretizzano in una molteplicità di interventi e di misure classificabili in attività di orientamento, consulenza, formazione, proposta di candidature e di posizioni di lavoro. I beneficiari di suddette attività possono essere i candidati ad una posizione lavorativa (offerta di lavoro) oppure le imprese che necessitano di soddisfare il proprio fabbisogno professionale (domanda di lavoro). Le nuove disposizioni normative introdotte dal D.lgs 150/2015 hanno stimolato i CPI a rafforzare la loro connessione con il sistema delle imprese, nella consapevolezza che solo una solida relazione con la domanda di lavoro può consentire di orientare efficacemente l'utenza e rispondere tempestivamente al fabbisogno professionale espresso dal mondo produttivo.

Questo lavoro è finalizzato a comprendere il grado di soddisfazione delle imprese che hanno fruito dei servizi offerti dai CPI toscani, sia attraverso attività di incontro domanda-offerta, quindi di preselezione/selezione di personale, che a livello di marketing territoriale. A tale proposito si è fatto ricorso ad una indagine ad hoc indirizzata ad un campione di imprese toscane utenti dei servizi nel periodo 2016 – 2017, che si è svolta attraverso la somministrazione di un questionario con il metodo CATI. Il campione di imprese intervistato è composto da 700 imprese private, stratificate sulla base della dimensione aziendale e rappresentative di un universo di 13.855 soggetti serviti dai CPI attivi sul territorio nel periodo che va da Gennaio 2016 a Settembre 2017.

La struttura del rapporto è così definita: nel primo capitolo sono descritte le principali caratteristiche delle imprese intervistate, nel secondo capitolo vengono identificati e qualificati i fabbisogni professionali delle imprese coinvolte nell'indagine e nella terza parte del lavoro sono riportati i risultati dettagliati della valutazione svolta dalle medesime imprese con riferimento ai servizi offerti dai CPI e alle modalità operative con cui essi funzionano.

1.

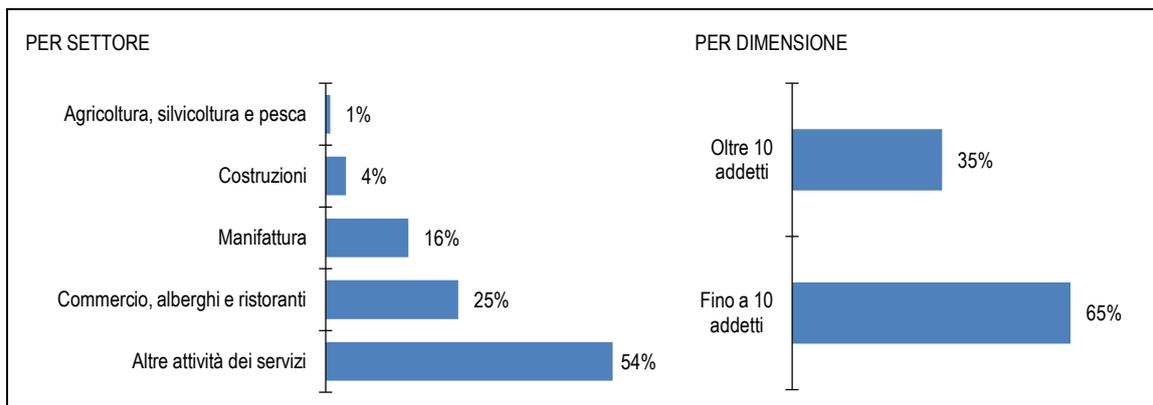
Le caratteristiche delle imprese

- *Le imprese intervistate*

Le imprese che hanno beneficiato dei servizi dei CPI costituiscono un insieme di attività piuttosto vario per dimensione e settore di appartenenza. Tutti gli ambiti produttivi sono presenti nel campione di imprese intervistate, sebbene con una rilevanza variabile in base al peso di ciascun settore nell'economia toscana e alle differenti modalità di turnover del lavoro. Se dunque il settore primario riveste un ruolo marginale per ragioni di rilevanza economica, il settore dei servizi risulta prevalente con il 79% delle imprese intervistate poiché al peso economico si somma il maggiore turnover di lavoro che tipicamente distingue l'ambito terziario; l'industria infine identifica il settore di attività di una impresa su cinque tra quelle intervistate.

Anche la dimensione aziendale mostra un quadro piuttosto vario di micro-imprese e di imprese più strutturate. Prevalgono le imprese più piccole, che rappresentano il 65% degli utenti aziendali dei CPI, mentre le aziende con oltre 10 addetti rappresentano la modalità organizzativa più diffusa tra le imprese industriali che si sono interfacciate con i servizi (hanno più di 10 addetti il 58% delle imprese nel settore della manifattura, contro il 35% del peso complessivo). Viceversa, le microimprese beneficiarie di servizi dei CPI appartengono più frequentemente al ramo dei servizi (71%) e dell'agricoltura (67%).

Grafico 1
IMPRESE INTERVISTATE



Fonte: elaborazione dati IRPET

Tabella 2
IMPRESE INTERVISTATE PER SETTORE E NUMERO DI ADDETTI

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	Microimprese nel settore
Altre attività dei servizi	59%	46%	71%
Commercio, alberghi e ristoranti	27%	21%	70%
Manifattura	10%	26%	42%
Costruzioni	3%	6%	44%
Agricoltura, silvicoltura e pesca	1%	1%	67%
TOTALE	100%	100%	65%

Fonte: elaborazione dati IRPET

2.

Il fabbisogno professionale

- *Le strategie di assunzione*

L'indagine sulle imprese utenti dei CPI si è occupata di rilevare il fabbisogno di personale di queste realtà, identificando innanzitutto se e quali avviamenti sono stati effettuati nel corso dell'ultimo biennio e quali siano le previsioni di assunzione dei prossimi mesi. Inoltre, si è analizzato il grado di difficoltà nel reperimento dei nuovi assunti, cercando di distinguere questa valutazione per professionalità. L'insieme di queste informazioni, tutte analizzabili distintamente per dimensione aziendale, consente di tracciare il profilo delle imprese che si sono rivolte alla rete dei CPI per usufruire di prestazioni connesse al personale.

Relativamente alle strategie di assunzione passate, si rileva che la netta maggioranza delle imprese utenti dei CPI hanno inserito nuovi lavoratori nei 24 mesi precedenti l'intervista (complessivamente il 78%) e che nella maggioranza dei casi si è trattato di assunzioni vere e proprie, mentre solo 6 utenti su 10 si sono limitati all'avviamento di tirocinanti. Poco più di 1 impresa su 5, invece, ha avuto contatti con i CPI ma non ha proceduto ad alcun tipo di avviamento. La tendenza ad assumere nuovo personale è più marcata nelle aziende più strutturate, dove solo il 13% non ha inserito alcuna figura nel biennio e la metà ha proceduto sia all'attivazione di tirocini che alla assunzione vera e propria di nuovo organico. La maggior parte delle aziende utenti dei CPI mostrano, pertanto, un passato piuttosto dinamico sotto il profilo della politica del personale.

Tabella 3
IMPRESE INTERVISTATE PER N.ADDETTI E MODALITA' DI ASSUNZIONE NELL'ULTIMO BIENNIO

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
Hanno effettuato assunzioni	35%	31%	34%
Hanno attivato tirocini	6%	6%	6%
Hanno effettuato assunzioni e attivato tirocini	32%	50%	38%
Non hanno assunto/attivato tirocini	27%	13%	22%
TOTALE	100%	100%	100%

Fonte: elaborazione dati IRPET

Le intenzioni di assunzione dei mesi successivi all'indagine confermano il dinamismo delle risorse umane nelle imprese studiate, con il 58% delle realtà che si sono dette intenzionate ad inserire nuove figure nel proprio organico. Pertanto, non solo circa 8 imprese su 10 hanno assunto in passato, ma quasi 6 su 10 intende assumere anche nel prossimo futuro. Diversamente dalle strategie di assunzione passate, sono in questo caso le micro-imprese a mostrare il maggior grado di rinnovamento: si dicono intenzionate ad assumere il 62% delle intervistate contro il 49% delle aziende più grandi.

Tabella 4
IMPRESE INTERVISTATE PER N. ADDETTI E STRATEGIA DI ASSUNZIONE NEI PROSSIMI 12 MESI

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
Hanno intenzione di assumere	62%	49%	58%
Non hanno intenzione di assumere	38%	51%	42%
TOTALE	100%	100%	100%

Fonte: elaborazione dati IRPET

Il profilo delle imprese utenti dei CPI è completato da una serie di domande tese a cogliere il grado di difficoltà che queste attività hanno incontrato nella ricerca di personale, in modo da ottenere un primo segnale circa l'utilità dei servizi offerti dai CPI. La maggior parte delle imprese intervistate ha dichiarato di non aver sperimentato particolari problematiche nel reperimento del proprio personale (65%), ma la percentuale di aziende che rilevano qualche criticità sale al 47% tra le imprese con meno di 10 addetti.

Tabella 5
IMPRESE INTERVISTATE PER N. ADDETTI E DIFFICOLTÀ DI REPERIMENTO DEL PERSONALE

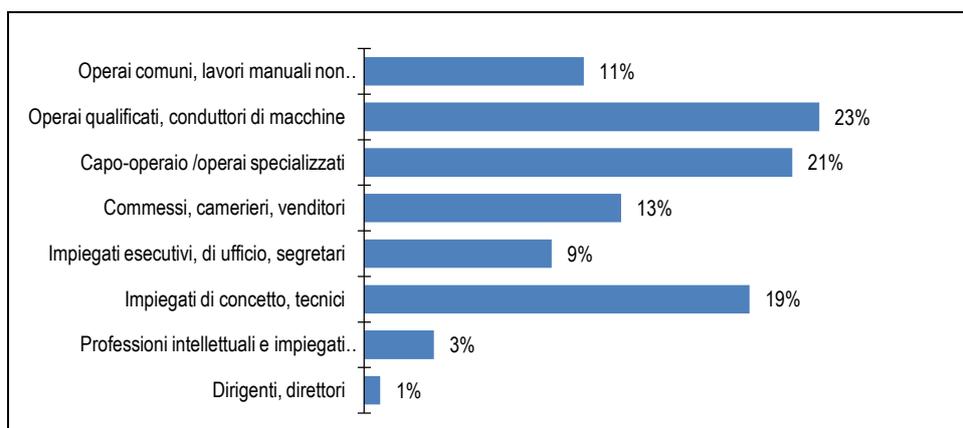
	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
Hanno difficoltà	47%	35%	42%
Non hanno difficoltà	53%	65%	58%
TOTALE	100%	100%	100%

Fonte: elaborazione dati IRPET

- *Le figure professionali*

Per comprendere meglio le difficoltà sperimentate dalle imprese utenti, l'indagine ha richiesto, esclusivamente laddove fosse stata individuata qualche criticità, di indicare quali sono le figure professionali meno reperibili sul mercato secondo l'esperienza di ciascuna realtà produttiva. Ciascuna impresa ha potuto quindi segnalare una o più professioni tra quelle indicate, facendo emergere con maggiore frequenza la figura dell'operaio, specialmente se qualificato. Complessivamente, il 55% delle indicazioni di difficoltà di reperimento ha riguardato gli operai e il 44% specificatamente gli operai più qualificati. Meno difficoltose, invece, risultano le figure a bassa qualifica del ramo dei servizi (commessi, camerieri, venditori), che sono state oggetto del 13% delle dichiarazioni. Nell'ambito delle professioni intermedie, analogamente alle professioni manuali, sono state maggiormente richiamate le professioni tecniche e di concetto, che richiedono un grado di specializzazione rispetto alle mansioni più meramente esecutive. La figura dell'impiegato di concetto e del tecnico costituiscono, infatti, la terza categoria professionale più richiamata per difficoltà tra le presenti.

Grafico 6
 IMPRESE INTERVISTATE PER DIFFICOLTÀ DI REPERIMENTO DELLE FIGURE PROFESSIONALI



Fonte: elaborazione dati IRPET

La stratificazione del campione di imprese intervistate sulla base della dimensione aziendale consente di verificare eventuali differenze rispetto alla struttura dell'organico. Non si rilevano, tuttavia, particolari discrepanze nelle dichiarazioni dei due gruppi di imprese, che egualmente identificano negli operai specializzati e nei tecnici o impiegati qualificati le posizioni più difficili da reperire.

Tabella 7
 IMPRESE INTERVISTATE PER N. ADDETTI E DIFFICOLTÀ DI REPERIMENTO DEL PERSONALE

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
Dirigenti, direttori	1%	1%	1%
Professioni intellettuali e impiegati direttivi	3%	4%	3%
Impiegati di concetto, tecnici	19%	20%	19%
Impiegati esecutivi, di ufficio, segretari	10%	8%	9%
Commessi, camerieri, venditori	14%	9%	13%
Capo-operaio /operai specializzati	19%	27%	21%
Operai qualificati, conduttori di macchine	23%	22%	23%
Operai comuni, lavori manuali non qualificati	12%	8%	11%
TOTALE	100%	100%	100%

Fonte: elaborazione dati IRPET

3. La soddisfazione dei servizi offerti dai CPI

- *La soddisfazione complessiva dei servizi offerti*

La soddisfazione delle imprese riguardo i servizi fruiti presso i CPI costituisce il nucleo centrale dell'indagine e consente di conoscere il giudizio dell'utenza riguardo l'intera gamma dei servizi offerti dai CPI, nonché di focalizzare sulla soddisfazione riguardo il ramo principale di intervento, ovvero le attività di incontro domanda e offerta di lavoro. La sezione finale dell'indagine è stata riservata ad una valutazione delle attività di marketing territoriale e di organizzazione del servizio.

Il giudizio complessivo sui servizi dei CPI da parte delle imprese toscane è stato misurato attraverso una triplice prospettiva: la conoscenza dei principali servizi, l'utilizzo degli stessi e l'utilità percepita dall'impresa. In particolare alle imprese è stato chiesto di esprimersi in merito a:

- servizio di informazione sulle comunicazioni previste per legge (assunzioni, cessazioni, trasformazioni e proroghe);

- servizio di informazione e consulenza su agevolazioni e incentivi (consulenza personalizzata sulle agevolazioni contributive e fiscali e sulle procedure da seguire per aderirvi);
- servizio di incontro domanda e offerta (supporto per la definizione dei profili professionali da ricercare, pubblicazione on-line delle offerte di lavoro, screening dei curricula ed invio dei candidati presso l'impresa utente, eventualmente colloquio con i candidati selezionati);
- servizio di promozione dei tirocini (informazione e consulenza sugli adempimenti necessari al cofinanziamento, ricerca dei candidati e selezione degli idonei, supporto nella definizione del progetto formativo);
- servizio di collocamento mirato (informazioni e consulenza sugli adempimenti previsti dalla L. 68/99, gestione convenzioni, supporto alla ricerca dei candidati);
- numero verde servizi alle imprese (servizio attivo da Marzo 2017 dedicato ad offrire informazione e consulenza personalizzata);
- newsletter servizi alle imprese (attiva da Maggio 2017 contiene informazioni sulle misure di interesse delle imprese in materia di mercato del lavoro).

I servizi più conosciuti da parte delle imprese sono i servizi di incontro domanda e offerta e di promozione dei tirocini, che registrano oltre il 70% di risposte affermative (il 76% delle imprese conosce i servizi di selezione e preselezione e il 73% sa che il CPI si occupa della attivazione dei tirocini); anche l'attività di consulenza personalizzata risulta ampiamente diffusa, con circa 6 imprese su 10 che dichiarano di conoscere le specifiche attività. Meno note, invece, le più recenti attività di informazione attraverso il numero verde e la newsletter di aggiornamento sui servizi dedicati, che sono conosciute da meno di un terzo dell'utenza. Questo profilo è sostanzialmente condiviso sia dalle micro-imprese che dalle imprese più strutturate, sebbene queste ultime registrino un livello leggermente più elevato di conoscenza del pacchetto di servizi dei CPI.

Si rileva, invece, un diverso grado di utilizzo dei servizi tra imprese più grandi, che accedono frequentemente ad un set esteso di azioni, e imprese piccole, che rilevano tassi di utilizzo leggermente più bassi. Come conseguenza di quanto rilevato per la conoscenza dei servizi, le azioni più utilizzate dalle imprese sono quelle di incontro domanda/offerta di lavoro (servizio utilizzato dal 52% delle imprese intervistate) e di promozione dei tirocini (servizio utilizzato dal 47% delle imprese intervistate); seguono per diffusione le attività di informazione e consulenza sugli adempimenti obbligatori e sulle agevolazioni disponibili (rispettivamente con tassi di utilizzo del 41% e del 32%). Nonostante questa tendenza comune, le imprese più grandi registrano un tasso di ricorso alle azioni di promozione dei tirocini e di collocamento mirato nettamente superiori alle micro-imprese (vi ricorrono rispettivamente il 58% e il 44% delle imprese con oltre 10 addetti e il 42% e 20% delle piccole). Anche i servizi di incontro domanda/offerta e di informazione e consulenza personalizzata rilevano una quota di utilizzatrici significativamente superiore tra le realtà più grandi. L'unico servizio che ha riscosso un successo relativamente superiore tra le micro-imprese è quello del recente numero verde per i servizi alle imprese, al quale ricorre il 15% delle aziende con meno di 10 addetti contro il 10% delle imprese più grandi.

Complessivamente, quindi, l'indagine ha rilevato una diffusa e trasversale conoscenza dell'offerta di servizi dei CPI, specialmente rispetto alle attività direttamente connesse al reperimento del personale; mentre la domanda di servizi ha legittimamente registrato un profilo differenziato per classe dimensionale dell'impresa utente. E' questa la base di partenza per indagare più approfonditamente sulla qualità del servizio percepita dalle imprese utenti dei CPI.

Tabella 8
IMPRESE CHE DICHIARANO DI CONOSCERE E/O DI UTILIZZARE I SERVIZI DEI CPI

	Fino a 10 addetti		Oltre 10 addetti		TOTALE	
	Lo conosce	Lo utilizza	Lo conosce	Lo utilizza	Lo conosce	Lo utilizza
Informazioni comunicazioni previste per legge	58%	39%	61%	44%	59%	41%
Incontro domanda offerta	73%	49%	82%	58%	76%	52%
Consulenza agevolazioni e incentivi	57%	28%	60%	39%	58%	32%
Collocamento mirato disabili	61%	20%	74%	44%	65%	29%
Promozione tirocini	71%	42%	77%	58%	73%	47%
Numero verde servizi imprese	31%	15%	21%	10%	27%	13%
Newsletter servizi imprese	30%	8%	26%	11%	29%	9%

Fonte: elaborazione dati IRPET

Per ciascun servizio conosciuto, alle imprese è stato quindi chiesto di esprimere un giudizio sintetico di gradimento, comunicando se ritengono il servizio utile alla propria attività. Tutti i servizi sottoposti a verifica sono stati dichiarati utili in oltre la metà dei casi, eccezion fatta per la newsletter, il numero verde e il servizio di collocamento disabili. Il servizio che ha ottenuto in assoluto maggiori tassi di gradimento è la promozione dei tirocini (57% di risposte positive), seguito dalla attività di informazione sugli adempimenti obbligatori previsti per legge (54%) e dalla consulenza sulle agevolazioni e gli incentivi per l'assunzione di personale (51%). La metà delle imprese ritengono utile il servizio di incontro domanda e offerta, che è risultato il più conosciuto e utilizzato. Le imprese con più di 10 addetti hanno espresso giudizi complessivamente più positivi delle micro-imprese, per le quali solo i servizi di informazione sulle comunicazioni previste per legge e la promozione dei tirocini convincono più della metà delle imprese. Il servizio di incontro domanda e offerta, comunque, registra il 46% dei consensi anche tra le realtà con meno di 10 addetti.

Tabella 9
IMPRESE CHE RITENGONO UTILI I SERVIZI DEI CPI PER N. ADDETTI (% SU IMPRESE CHE CONOSCONO CIASCUN SERVIZIO)

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	Totale
Informazioni comunicazioni previste per legge	53%	55%	54%
Incontro domanda offerta	46%	58%	50%
Consulenza agevolazioni e incentivi	46%	60%	51%
Collocamento mirato disabili	39%	54%	45%
Promozione tirocini	50%	68%	57%
Numero verde servizi imprese	42%	53%	45%
Newsletter servizi imprese	28%	41%	32%

Fonte: elaborazione dati IRPET

- *Il servizio di incontro domanda-offerta di lavoro*

Una apposita sezione dell'indagine è stata dedicata alla raccolta di informazioni più dettagliate sul servizio di incrocio domanda e offerta di lavoro, che si sostanzia in una serie di attività di supporto alle imprese nella selezione del personale, dalla consulenza sugli incentivi all'individuazione dei candidati all'assunzione.

L'approfondimento si è concentrato innanzitutto sulle imprese che non utilizzano il CPI come canale di reclutamento del personale, alla ricerca delle ragioni che hanno spinto queste realtà – che pure conoscono e utilizzano altri servizi dei CPI – a preferire altre vie per la selezione delle proprie risorse umane. Il risultato offre un punto di vista piuttosto omogeneo per classe dimensionale: queste imprese preferiscono fare preselezione e selezione diretta delle candidature. In particolare, il 38% delle imprese utenti valuta direttamente le candidature ricevute sui propri mezzi di comunicazione e il 32% ritiene, infatti, che sia preferibile una conoscenza diretta dei candidati. Omogenea anche che la quota di utenti che dichiara di non aver acceduto al servizio perché soddisfatta dagli altri canali di reclutamento (17% sia nelle

micro che nelle imprese più strutturate). Una quota minoritaria ma non irrilevante di imprese (9%), inoltre, dichiara di non aver utilizzato il servizio perché non informata sulla disponibilità dello stesso presso i CPI. Infine, il 5% delle imprese intervistate ha dichiarato di preferire i servizi delle agenzie di intermediazione private al di domanda offerta dei CPI, ma si tratta di una opzione che appartiene quasi esclusivamente alle imprese con più di 10 addetti (12%), mentre le agenzie private costituiscono una valida alternativa solo per il 2% delle micro-imprese.

Tabella 10
PRINCIPALI MOTIVAZIONI DI NON UTILIZZO DEI SERVIZI DI INCONTRO DOMANDA E OFFERTA

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
È preferibile una conoscenza diretta dei candidati	33%	27%	32%
Gli altri canali finora utilizzati sono stati soddisfacenti	17%	17%	17%
Non sapevo che i CPI offrissero questo servizio	9%	8%	9%
Sono preferibili le agenzie private	2%	12%	5%
Utilizziamo Cv ricevuti direttamente da candidati (email, sito aziendale, autocandidature spontanee)	38%	36%	38%
TOTALE	100%	100%	100%

Fonte: elaborazione dati IRPET

Alle imprese che, invece, hanno utilizzato uno o più servizi di preselezione e/o selezione del personale si è chiesto di esprimere le principali motivazioni che le hanno spinte a scegliere il canale dei CPI per supportare l'impresa nella ricerca di nuovo personale. La principale motivazione, espressa da quasi 4 imprese su 10, consiste nel ricorso al CPI per la rapidità di reperimento. Nel 35% dei casi, inoltre, le imprese hanno scelto il canale dei CPI per ricercare personale ad elevata specializzazione (37% nelle imprese con più di 10 addetti). Più contenuta, invece, la percentuale di imprese che utilizzano il CPI per selezionare profili professionali generici (21%), sebbene questa circostanza sia sensibilmente più frequente tra le imprese più strutturate. Il 22% delle imprese hanno scelto di farsi supportare dal CPI per la gratuità del servizio offerto. Il 15% degli intervistati, inoltre, ha dichiarato che si è rivolto al CPI perché soddisfatto da precedenti esperienze di selezione presso la medesima istituzione. Circa una impresa su 10, infine, si è rivolta al CPI dopo aver tentato invano di soddisfare il proprio fabbisogno professionale secondo altri canali di reperimento; è questa una situazione più frequente tra le micro-imprese, ma comunque indicata da una quota minoritaria di utenti. Il quadro che emerge, dunque, delinea la presenza di un certo grado di fiducia delle imprese utilizzatrici nei confronti dei CPI, che sono chiamati in causa soprattutto per soddisfare esigenze stringenti da parte delle imprese, sia che si tratti di tempi di assunzione stretti o di professionalità specifiche.

Tabella 11
PRINCIPALI MOTIVAZIONI DI UTILIZZO DEI SERVIZI DI INCONTRO DOMANDA E OFFERTA

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
La necessità di reperire personale in tempi brevi	38%	38%	38%
Ricerca personale con profili professionali elevati/ specializzati	34%	37%	35%
Ricerca personale con profili professionali generici	18%	27%	21%
Avevo già usufruito del servizio ed ero rimasto soddisfatto	16%	14%	15%
Non ho trovato il personale cercato con altri canali/strumenti	12%	6%	10%
La gratuità del servizio	23%	21%	22%

Fonte: elaborazione dati IRPET

Alle sole imprese che hanno effettivamente utilizzato uno o più servizi di incontro domanda e offerta presso i CPI è stata rivolta una batteria di domande volte a comprendere le specifiche attività svolte. Ogni impresa utilizzatrice può, evidentemente, aver utilizzato più di una delle azioni previste. La stragrande maggioranza ha richiesto il supporto dei CPI per la preselezione delle candidature (74%), una attività che si sostanzia nell'invio da parte del CPI di un elenco di candidati il cui curriculum vitae è rispondente ai

requisiti richiesti dalla posizione professionale da coprire. E' questa l'attività più richiesta sia dalle piccole (71%) che dalle medie (78%) imprese intervistate. Poco meno della metà delle imprese, inoltre, ha scelto di pubblicare le proprie offerte di lavoro presso i canali di comunicazione dei CPI (48%). Solo una minoranza di realtà ha, invece, utilizzato il CPI per ricevere informazioni sugli incentivi e le agevolazioni dedicate alle imprese. Da notare che, a fronte di un ricorso esteso ai servizi di preselezione, una quota circoscritta di aziende (15%) ha chiesto una intermediazione più diretta del CPI attraverso azioni di selezione dei candidati idonei alla posizione ricercata. E' questo, in effetti, un atteggiamento compatibile con quanto dichiarato dalle imprese non utilizzatrici del servizio: per le aziende è in molti casi prioritario conoscere direttamente i candidati da assumere.

Tabella 12
SERVIZI DI RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE EFFETTIVAMENTE UTILIZZATI

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
Pubblicazione dell'offerta di lavoro (bacheca, IDOLWEB....)	48%	47%	48%
Preselezione del personale (invio di elenco di candidati con verifica della rispondenza del c.v. al profilo richiesto)	71%	78%	74%
Selezione del personale (colloqui individuali, somministrazione test) insieme alle imprese o per conto delle imprese)	17%	13%	15%
Informazione e consulenza su incentivi e assunzioni agevolate	19%	19%	19%

Fonte: elaborazione dati IRPET

Nell'82% dei casi le imprese che hanno usufruito dei servizi di incontro domanda e offerta hanno ricevuto dal CPI un elenco idoneo di candidati e nel 56% dei casi questa attività ha poi condotto alla assunzione di uno o più dipendenti. Questa percentuale sale al 60% nelle aziende con più di 10 addetti. Viceversa, solo una impresa su 4 che ha ricevuto un elenco di candidature non ha poi attinto ad esso per coprire la posizione ricercata. Solo il 10% delle imprese non ha ricevuto alcun nominativo adeguato al profilo richiesto (12% nelle realtà più piccole).

Tabella 13
ESITO DELL'ATTIVITÀ DI INCONTRO DOMANDA E OFFERTA

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
Ho ricevuto un elenco di nominativi/curricula e qualcuno è stato assunto	53%	60%	56%
Ho ricevuto un elenco di nominativi/curricula ma nessuno è stato assunto	27%	25%	26%
No, non sono stati individuati candidati con il profilo richiesto	12%	8%	10%
Non ricordo/dato non disponibile	8%	7%	7%
TOTALE	100%	100%	100%

Fonte: elaborazione dati IRPET

Alle imprese che non hanno utilizzato alcuna candidatura del CPI, nonostante il buon esito della preselezione, è stato chiesto perché l'azione si sia rivelata inefficace. Solo in una minoranza di casi (9%) il mancato utilizzo dei nominativi è dipeso dalla rinuncia alla assunzione stessa, segno che le imprese ricorrono ai CPI per esigenze effettive di ricerca di personale. Nella maggioranza dei casi (55%), infatti, la preselezione è risultata inefficace perché i profili selezionati dal CPI sono stati ritenuti inappropriati alle necessità dell'impresa. Poco più di una impresa su 5, invece, non ha utilizzato i nominativi perché ha trovato più rapidamente il candidato giusto attivando canali alternativi al CPI. Infine, una piccola quota di imprese (13%) dichiara che la mancata assunzione è dipesa dalla rinuncia dei candidati a coprire la posizione ricercata; è questa una circostanza relativamente più frequente nelle micro-imprese. Complessivamente, quindi, secondo le imprese utilizzatrici del servizio, le principali cause di inefficacia della preselezione dei CPI sono da imputare alla inadeguatezza della selezione stessa e alla lentezza della procedura che mal si concilia con il ricorso per assunzioni in tempi brevi (v. principali motivazioni di utilizzo dei servizi di incontro domanda e offerta).

Tabella 14
MOTIVAZIONI DELLA MANCATA COPERTURA DELLA POSIZIONE RICERCATA (SOLO PER LE AZIENDE CHE HANNO RICEVUTO LE CANDIDATURE)

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
Abbiamo rinunciato ad effettuare l'assunzione	8%	11%	9%
Abbiamo trovato candidati più rapidamente con altri canali	22%	25%	23%
I candidati non erano disponibili/non si sono presentati alla selezione	15%	8%	13%
I profili non erano attinenti alle richieste dell'impresa	55%	56%	55%
TOTALE	100%	100%	100%

Fonte: elaborazione dati IRPET

La soddisfazione complessiva espressa nei confronti dei servizi di incontro domanda e offerta è, comunque, molto elevata: si ritiene soddisfatto il 83% delle imprese che hanno richiesto l'intervento del CPI (il 26% si ritiene molto soddisfatto). Viceversa solo il 12% di imprese si dice poco soddisfatto e il 5% per niente soddisfatto dal servizio ricevuto. Non si rilevano importanti discrepanze per dimensione aziendale.

Tabella 15
GRADO DI SODDISFAZIONE COMPLESSIVA SUI SERVIZI DI INCONTRO DOMANDA E OFFERTA

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
Abbastanza soddisfatto	57%	59%	57%
Molto soddisfatto	27%	23%	26%
Per niente soddisfatto	6%	3%	5%
Poco soddisfatto	10%	15%	12%
TOTALE	100%	100%	100%

Fonte: elaborazione dati IRPET

A prescindere dal giudizio complessivo di ciascuna impresa, gli utenti hanno indicato i principali aspetti di soddisfazione nell'uso del servizio di incontro domanda e offerta. Tra principali tratti di merito emergono la tempestività dell'azione (45%) e la professionalità degli operatori (40%), nonché la qualità della selezione effettuata (30%). Molto apprezzato anche il fatto che il servizio è svolto gratuitamente (40%). L'11% degli intervistati ha espresso più dettagliatamente l'apprezzamento per l'attinenza e la numerosità dei profili selezionati e il 7% si è detto positivamente colpito dalla affinità tra le candidature scelte e le proprie esigenze professionali.

Tabella 16
MOTIVI DI SODDISFAZIONE SUI SERVIZI DI INCONTRO DOMANDA E OFFERTA

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
L'elenco dei candidati/CV è stato inviato tempestivamente	44%	46%	45%
I profili dei candidati erano attinenti e adeguati alle esigenze dell'impresa	29%	32%	30%
I cv attinenti erano in numero esiguo e scelti con precisione	7%	8%	7%
Il numero dei Cv attinenti era rilevante e si poteva scegliere	12%	10%	11%
L'operatore ha dimostrato professionalità	38%	43%	40%
Servizio gratuito	44%	32%	40%

Fonte: elaborazione dati IRPET

Infine, le imprese utenti sono state sollecitate ad indicare gli aspetti di insoddisfazione nella relazione con il CPI. La gran parte delle utenti (65%) ha tuttavia indicato una soddisfazione piena nei confronti dell'attività del CPI, una percentuale che raggiunge il 69% nel caso delle imprese con più di 10 addetti. L'unico motivo di scontento che ha raccolto un certo numero di risposte (26%) riguarda l'eccessiva genericità e inadeguatezza dei profili selezionati dal CPI, ragione che può conciliarsi con le motivazioni espresse circa il mancato utilizzo dei contatti offerti ai fini dell'assunzione. La concentrazione delle risposte attorno a queste due indicazioni è peraltro confermata sia per le micro imprese che per le realtà con più di 10 addetti. Il fatto che le altre motivazioni hanno raccolto ciascuna un numero piuttosto esiguo

di segnalazioni indica infine che, probabilmente, sono il frutto di circostanze specifiche non direttamente generalizzabili.

Tabella 17
MOTIVI DI INSODDISFAZIONE SUI SERVIZI DI INCONTRO DOMANDA E OFFERTA

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
Non è stato fornito alcun elenco	2%	1%	2%
L'elenco dei candidati/CV non è stato inviato tempestivamente	4%	3%	4%
I profili dei candidati erano troppo generici e inadeguati alle esigenze dell'impresa	27%	26%	26%
I cv erano in numero esiguo	5%	1%	4%
Il numero dei Cv attinenti era troppo numeroso e non utilizzabile	1%	0%	1%
I candidati contattati dall'azienda non erano disponibili all'offerta	5%	6%	6%
L'operatore non si è mostrato disponibile e competente	2%	1%	2%
Non ci sono stati motivi di insoddisfazione	62%	69%	65%

Fonte: elaborazione dati IRPET

- *Le valutazioni dei CPI nelle opinioni delle imprese*

I CPI della Toscana, oltre a supportare le aziende nella copertura dei propri fabbisogni professionali, sono attivi nell'organizzazione del c.d. "marketing territoriale", ovvero eventi orientati a mettere in relazione la domanda e l'offerta di lavoro nei diversi territori della Toscana. Dal questionario emerge tuttavia che questo tipo di attività è poco conosciuto presso le imprese utilizzatrici dei servizi e solo il 5% degli intervistati ha dichiarato di avervi preso parte almeno una volta. Circa un quarto delle aziende ha comunque espresso interesse nei confronti di queste iniziative, mentre la gran parte degli intervistati non ha mostrato particolare curiosità per questo progetto. Nonostante risultati sostanzialmente allineati per dimensione aziendale, comunque, sono le imprese più piccole a mostrare una maggiore disponibilità verso gli eventi di marketing territoriale.

Tabella 18
PARTECIPAZIONE AD EVENTI DEI CPI SUL TERRITORIO

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
No, e non sono interessato	71%	73%	71%
No, ma sarei interessato	25%	20%	23%
Sì	4%	7%	5%
TOTALE	100%	100%	100%

Fonte: elaborazione dati IRPET

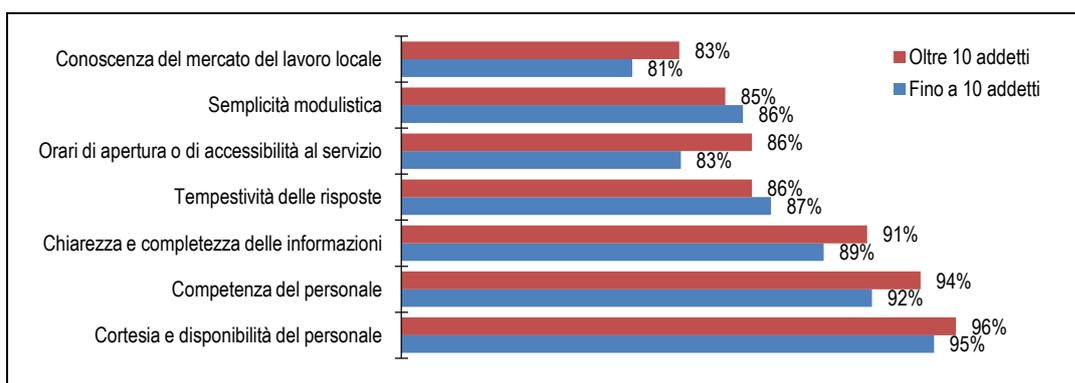
Oltre ad aver indagato nei dettagli le opinioni di coloro che hanno utilizzato il CPI per attività connesse alla selezione del personale, l'indagine ha cercato di cogliere il grado di soddisfazione complessivo sui centri, a prescindere dalla tipologia di servizio che le imprese hanno richiesto. Ciascun utente ha quindi giudicato vari aspetti dell'attività dei CPI in una scala che va da "per niente soddisfatto" a "molto soddisfatto". Nel complesso, le aziende intervistate hanno confermato il giudizio positivo già emerso per il servizio di selezione, con percentuali limitate di soggetti insoddisfatti. In particolare, una quota di insoddisfatti superiore al 10% è stata individuata nella conoscenza del mercato del lavoro da parte degli operatori (18% di insoddisfatti), nelle modalità di accesso al servizio (16%), nella modulistica predisposta (15%) e nella non sempre tempestiva risposta alle richieste aziendali (13%). Cortesia e competenza degli operatori registrano, invece, percentuali molto elevate di gradimento ed in molti casi anche un livello di soddisfazione completo. La distinzione del giudizio sulla base della dimensione d'impresa, anche in questo caso non determina discrepanze rilevanti nei risultati, anche se le realtà più piccole mostrano un atteggiamento maggiormente critico nei confronti dell'operato dei CPI.

Tabella 19
GRADO DI SODDISFAZIONE DELLE IMPRESE INTERVISTATE SULLE MODALITA' DI EROGAZIONE DEI SERVIZI DEI CPI

	Abbastanza soddisfatto	Molto soddisfatto	Per niente soddisfatto	Poco soddisfatto
Cortesìa e disponibilit� del personale	43%	51%	2%	3%
Competenza del personale	53%	40%	2%	5%
Chiarezza e completezza delle informazioni ricevute	62%	28%	2%	8%
Tempestivit� delle risposte	58%	28%	3%	10%
Semplicit� modulistica	67%	18%	3%	12%
Orari di apertura o di accessibilit� al servizio	70%	14%	3%	13%
Conoscenza del mercato del lavoro locale degli operatori	65%	16%	3%	15%

Fonte: elaborazione dati IRPET

Grafico 20
ASPETTI DI SODDISFAZIONE DELLE IMPRESE INTERVISTATE



Fonte: elaborazione dati IRPET

L'ultima sezione del questionario di *customer satisfaction* ha riguardato i possibili miglioramenti da apportare al servizio dei CPI per rispondere pi  efficacemente alle esigenze delle imprese. Il risultato indica che oltre un terzo delle imprese (38%) ritiene importante investire sulla capacit  dei CPI di offrire informazione aggiornate e tempestive sulla disponibilit  di incentivi alle imprese. Rilevante anche la quota di utenti che ritengono utile ampliare la campagna di diffusione e di promozione dei servizi erogati dai CPI (17%). Le attivit  di conoscenza e di analisi dei fabbisogni professionali del territorio   considerato un aspetto su cui concentrarsi per il 16% delle imprese, a cui si associa il 9% di soggetti che chiedono ai CPI una maggiore informazione sulle dinamiche del mercato del lavoro locale. Inoltre, il 13% degli intervistati indica di dover maggiormente investire nell'attivit  di consulenza personalizzata. Solo una minoranza di imprese (8%) ha infine indicato la necessit  di incrementare la flessibilit  e velocit  di risposta agli incarichi assegnati.

Tabella 21
ATTIVIT  DA POTENZIARE PER ACCRESCERE IL GRADO DI SODDISFAZIONE DELLE IMPRESE

	Fino a 10 addetti	Oltre 10 addetti	TOTALE
Informazione costante su incentivi alle imprese	39%	35%	38%
Informazione costante sulle dinamiche del mercato del lavoro locale	9%	9%	9%
Analisi dei fabbisogni professionali delle imprese	15%	17%	16%
Consulenza personalizzata	14%	11%	13%
Maggiore flessibilit� e velocit� nelle risposte	8%	7%	8%
Maggiore diffusione e promozione dei servizi erogati	15%	20%	17%

Fonte: elaborazione dati IRPET