Newsletter cliclavoro

Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali

Unione europea
Fondo sociale europeo

FSE per il tuo futuro
Programmi operativi nazionali per la formazione e l'occupazione

N°3
MARZO 2014

p.1 In apertura

L'innovazione al centro per le imprese che vogliono competere e rimettere in moto il mercato del lavoro

Investire nelle competenze e rinnovare quelle esistenti è la strada più efficace per affrontare il mercato del lavoro in continua evoluzione. La maggior parte della media e piccola impresa italiana ha avviato in questi anni processi importanti di riorganizzazione del lavoro, mettendo al centro le competenze e la loro valorizzazione. È quanto emerge dalla ricerca svolta dal Censis per conto del Ministero del lavoro e delle politiche sociali, nell'ambito del progetto "Indagine sulla valorizzazione di nuove competenze professionali".

La ricerca è stata condotta nel corso del 2013 ed ha coinvolto 600 aziende con più di 20 addetti, di cui 400 nelle regioni dell'Obiettivo Convergenza (Calabria, Campania, Puglia, Basilicata e Sicilia) e 200 nelle regioni dell'Obiettivo Competitività. L'innovazione rappresenta per la maggior parte di esse la principale risposta alla crisi (78,6%), anche per sopperire un ritardo strutturale di cui molti imprenditori erano già consapevoli, creando nuovi prodotti e servizi, introducendo nuove tecnologie, migliorando i canali di vendita e di comunicazione, l'ingresso in nuovi mercati territoriali. Solo il 21,4% è rimasto inerte. Da un punto di vista settoriale emergono notevoli differenze. Nel settore industriale è in atto una grande evoluzione con interventi più strutturati sul fronte dell'innovazione. Il settore che versa in maggiore difficoltà è il settore commerciale che meno evolve e si rinnova.

Dall'innovazione la spinta alla riorganizzazione interna con l'inserimento di nuove professionalità (41,9%), la sostituzione delle vecchie professionalità

3 Approfondimento
L'uguaglianza formale e sostanziale nei Piani europei

4-5 L'intervista
Crowdfunding, come sostenere i giovani talenti

6 Dall'Europa
ESCO: per classificare abilità e competenze in 25 lingue europee

7 Dai social Network
La comunicazione come pratica di ascolto e di rispetto

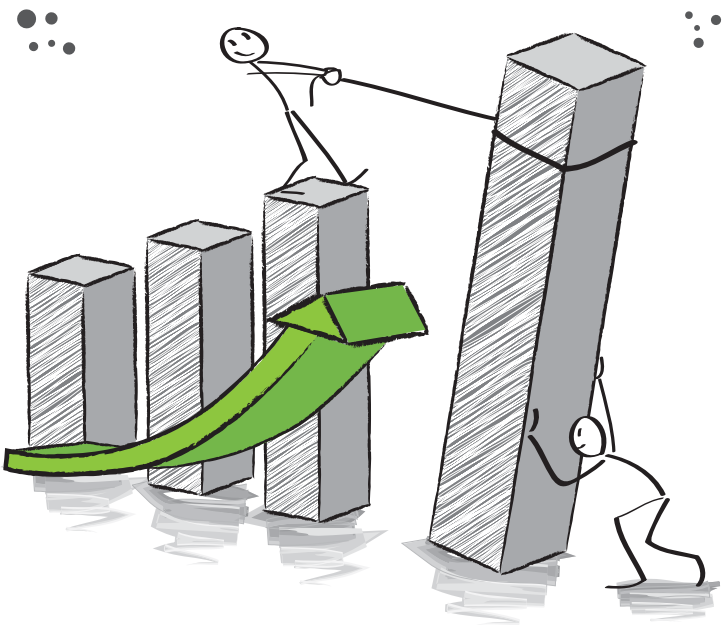
(40,3%), l'introduzione di nuove prassi, la riorganizzazione dei gruppi di lavoro (31,7%), la revisione dei turni e degli orari interni (26,5%), l'introduzione di nuovi processi di lavoro (38%) e la ridefinizione dei meccanismi di valutazione e premiali (28%). Complessivamente, tra il 2010 e il 2013, il 41,8% delle aziende ha dato attuazione ad una vera e propria ristrutturazione.

L'innovazione e la riorganizzazione implicano l'acquisizione di competenze del tutto nuove da parte delle aziende. Il 37,3% ha rafforzato il proprio portafoglio di saperi introducendo nuove competenze in azienda o acquisendole sul mercato del lavoro. Tra i nuovi profili richiesti spiccano con il 36,4% i profili commerciali, dagli export manager agli agenti di commercio, seguono i tecnici (32,4%), gli amministrativi (31,4%), gli ingegneri (25,4%), gli esperti in comunicazione e nuovi media (12,2%), gli informatici, sistemisti e programmatori (10,1%).

L'indagine registra anche una discreta attenzione da parte delle aziende verso la formazione e l'aggiornamento interno. La maggior parte (66,4%) ha avviato attività interne di formazione e aggiornamento, coinvolgendo tutti i livelli dell'organizzazione aziendale, anche se in particolare difficoltà appaiono le aziende più piccole (20-49 addetti): il 19,1%, a causa della difficile situazione economica, ha dovuto ridurre il budget destinato alla formazione, e ancora peggiore è la situazione per il 21,3% di quelle imprese che ormai sono quasi del tutto ferme su questo fronte.

Molto bassa si è rivelata la disponibilità delle aziende ad interagire con strutture esterne in grado di supportare i processi di valorizzazione delle competenze: sia in fase di ingresso con l'apprendistato, sia nell' aggiornamento dei lavoratori. Il nuovo apprendistato è valutato positivamente dalle aziende (77%), ma è poco utilizzato. Nelle regioni Obiettivo Competitività le assunzioni effettuate tramite il contratto di apprendistato crescono all'aumentare delle dimensioni aziendali, e in prossimità delle imprese con oltre 100 addetti raggiungono il picco (30,3%); differente la situazione nell'Obiettivo Convergenza, dove poche sono state le aziende medio-grandi (50-99 addetti) che hanno assunto apprendisti (8,5%, a fronte di un dato corrispondente nelle regioni della Competitività che sale al 20%), mentre più numerose sono state le aziende piccole che hanno assunto apprendisti (15,7%). Stessa cosa succede nei confronti degli enti bilaterali. La maggioranza delle medie e grandi imprese italiane (48%) è estranea alla bilateralità, un circuito che invece potrebbe dare risposta alle esigenze di formazione e aggiornamento che le aziende hanno. Dai risultati dell'indagine emerge la forte spinta data all'innovazione aziendale dall'internalizzazione. Il 43,7% delle aziende interpellate, presenti all'estero con propri prodotti, stabilimenti e punti vendita, presenta i più alti livelli di innovazione. Innovarsi per competere e rimettere in moto il lavoro è per loro la parola d'ordine e aumentare la produttività è l'obiettivo che ha condotto le aziende ad intraprendere un percorso di ristrutturazione, non privo di difficoltà ed ostacoli.

Consulta il Rapporto

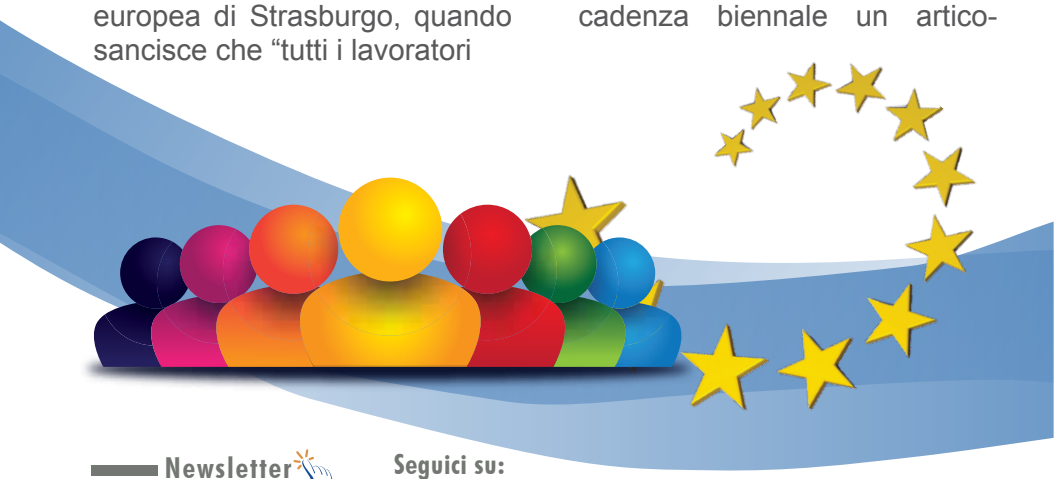


L'uguaglianza formale e sostanziale nei Piani europei

Nella CSR 2012-2014 e nel Piano d'Azione italiano i principi della Costituzione, dell'UE e dell'Onu

di Danilo Festa, Direttore generale per il terzo settore e le formazioni sociali, Ministero del lavoro e delle politiche sociali

Il governo italiano ha dato attuazione alla Direttiva europea 681/2011 presentando nel 2013 due Piani nazionali alla Commissione europea, che costituiscono le due facce della stessa medaglia. Infatti, il Piano Nazionale sulla CSR 2012-2014 (Corporate social responsibility) e il Piano di Azione italiano sui "Principi guida delle Nazioni Unite sulle imprese e i diritti umani" rappresentano quello che la società civile, imprenditoriale e non, in collaborazione con le istituzioni nazionali e locali ha prodotto su base volontaria, rendendo fattiva la Responsabilità Sociale d'Impresa.
Le parti sociali, promuovendo appositi accordi, hanno dato attuazione a principi cardine, che ritroviamo nella nostra Costituzione e nella Carta sociale europea. In questa cornice, è sufficiente pensare alla tutela dell'ambiente, sancita dall'articolo 9 della Costituzione, o l'articolo 32 C che prevede la tutela della salute. Proprio quest'ultimo trova corrispondenza nella prima parte della Carta sociale europea di Strasburgo, quando sancisce che "tutti i lavoratori hanno diritto alla sicurezza ed all'igiene sul lavoro", con riguardo alla parità di genere: "Le lavoratrici, in caso di maternità, hanno diritto ad una speciale protezione". I Piani nazionali adottati, in modo particolare quello sulla CSR 2012-2014, hanno dato rilievo agli aspetti giuslavoristici di sicurezza sul lavoro, soprattutto attraverso l'adozione dei codici etici e delle buone prassi.
È stato promosso il dialogo sociale tra le parti datoriali e sindacali, ma anche tra i datori di lavoro e gli stakeholders del mondo non profit, portatori di interessi terzi e non unicamente economici, promuovendo così la formazione della cittadinanza attiva e la cultura della responsabilità sociale.
I Piani nazionali mettono a fuoco il ruolo fondamentale che lo Stato e gli enti territoriali hanno svolto come promotori della parità di genere. Oltre all'obbligo previsto dal Codice delle pari opportunità per le aziende, sia pubbliche che private, con più di cento dipendenti di inviare con cadenza biennale un articolato rapporto sulla situazione del personale, in modo da evidenziare le differenze quantitative di genere con riferimento alle assunzioni, formazione, promozione professionale, livelli di inquadramento, passaggi di categoria o qualifica, istituti quali la mobilità, cassa integrazione, guadagni, licenziamenti, prepensionamenti e pensionamenti e retribuzione corrisposta, particolare attenzione viene rivolta alla lotta a tutte le forme di discriminazione, salariale e di carriera, che possono colpire le donne, ma anche alle forme sessuofobe o violente.
Per garantire il rispetto del principio della parità di trattamento nei confronti delle persone con disabilità, i datori di lavoro privati e pubblici sono tenuti ad adottare, nei luoghi di lavoro, accomodamenti ragionevoli, come definiti dalla Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti delle persone con disabilità, ratificata ai sensi della legge 3 marzo 2009, n. 18. Attraverso queste forme di collaborazione si può dare attuazione al principio di uguaglianza che è previsto, appunto, sia dall'articolo 3 della nostra Costituzione sia dalla Carta Sociale Europea. Anzi, l'aspetto volontaristico dell'adozione di questi comportamenti consente di dare un'attuazione anche sostanziale a questo principio, non solo un'applicazione formale delle disposizioni legislative nazionali.



Crowdfunding, come sostenere i giovani talenti

Intervistiamo Leonardo Frigiolini, Presidente e Amministratore Delegato di UNICASIM S.p.A.

Secondo la definizione di Consob, il crowdfunding è il processo con cui più persone (folla, *crowd*) conferiscono somme di denaro (*funding*), anche di modesta entità, per finanziare un progetto imprenditoriale o iniziative di diverso genere utilizzando siti internet (piattaforme o portali) e ricevendo talvolta in cambio una ricompensa.
Cosa ha portato la sua azienda ad avvicinarsi ad un fenomeno così innovativo come il crowdfunding?

La definizione "*crowdfunding*" non è ormai piu' sufficiente a descrivere in modo adeguato un fenomeno che può assumere forme differenti e perseguire diverse finalità. Quello che ha interessato Unicasim, intermediario finanziario vigilato dalla Banca d'Italia e da Consob e autorizzato alla prestazione dei servizi di investimento regolati dal TUF (Testo unico della finanza), è il cosiddetto *equity crowdfunding*, molto diverso dal *donation crowdfunding* (mere donazioni a scopo di elargizione), al *reward based crowdfunding* (quello nel quale si riceve in cambio una ricompensa) e dal *social lendig* (prestiti fra privati di modico valore). Con l'*equity crowdfunding* si diventa soci degli imprenditori e se ne condividono i rischi. Se la startup va male, si può perdere il capitale investito.
Unicasim ha voluto per prima sperimentare questo nuovo mondo, forte del suo posizionamento strategico come intermediario indipendente, che per mestiere intermedia strumenti finanziari in modo imparziale tra prenditori ed emittenti. Non solo: da sempre Unicasim effettua operazioni di Borsa, quindi possiede una piattaforma proprietaria che, opportunamente modificata, è diventata anche un Portale di crowdfunding gestito direttamente in house.

In che modo questo sistema che sfrutta la potenza virale del web per raccogliere fondi e attrarre finanziamenti magari di difficile reperimento può incentivare i giovani talenti?

A mio parere, siamo di fronte più a un fenomeno sociale che ad un fenomeno economico-finanziario. In Italia, il sistema bancario fatica a fare finanza di profitto e le startup sono troppo "premature" per poter raccontare una loro storia. Questo non esclude che abbiano un potenziale esplosivo di innovazione e dunque di crescita, ma presentano anche un elevato rischio di fallimento. Dunque, dobbiamo pensare che se un giovane non ottiene le risorse per sviluppare la propria idea, finirà con l'andare dove alcune attività attraggono capitali (Gran Bretagna, Usa, Germania, Francia, ecc). È compito di tutti (governo, istituzioni, banche, investitori) fare quadrato intorno ai nostri giovani, canalizzando risorse

Frigiolini (Unicasim): "Se ogni italiano versasse un euro, ci sarebbero 61 milioni in un solo colpo. E se anche quell'euro andasse perso, il loro tenore di vita non cambierebbe!"

Fonte: Unicasim

anche contenute, ma costanti, affinché possano almeno tentare la carta dell'impresa legata alla loro idea. Forse su 100 avranno successo in due o tre, ma quelle due o tre idee potrebbero far ricco l'imprenditore e a cascata l'intero Paese.

Ci sono dei rischi? Darebbe tre consigli a chi vuole sperimentare per la prima volta il crowdfunding?

Se pensiamo che un euro versato da ciascun italiano metterebbe a disposizione 61 milioni in un solo colpo, capiamo tutta la potenza dello strumento del crowdfunding. Quindi, senza fare voli pindarici, basterebbe un'attività a regime, la goccia che scava la roccia. D'altro canto, se tutti coloro che hanno versato un euro perdessero l'euro versato, il loro tenore di vita non cambierebbe di una virgola. Le parole magiche sono: fare network nell'interesse di tutti per mantenere i cervelli in casa; non occorre pensare a cifre spaventose, basterebbe solo una ripartizione degli asset più equilibrata, in modo che gli investitori possano canalizzare anche solo una piccola parte dell'interesse annuo che ricevono dai loro investimenti; quello che conta è l'ampia base degli investitori ai quali proporre investimenti diversificati e di ammontare contenuto.
La domanda intellettualmente più onesta sarebbe: "Qual è la cifra che, se anche andasse perduta, non creerebbe alcuno squilibrio nei miei conti personali?" Certamente è da evitare sempre l'ipotesi di accrescere un investimento in capitale di rischio di una startup innovativa. Meglio ragionare in termini di possibile perdita del capitale investito o difficoltà di smobilizzo...

L'Italia è il primo Paese al mondo ad essersi dotato di una normativa specifica e organica relativa all'*equity crowdfunding*: la tipologia di crowdfunding che permette di acquisire un vero e proprio titolo di partecipazione (quota o azione) della startup a seguito dell'investimento online. La normativa italiana regola per ora solo le startup innovative che sono disciplinate dalle norme introdotte dal decreto legge n. 179/2012 (convertito nella legge 17 dicembre 2012, n. 221). Alla *Consob* è stato assegnato il compito di disciplinare il fenomeno e vigilare sull'affidabilità delle piattaforme che svolgono attività di *equity crowdfunding*. Ha adottato il nuovo regolamento il 26 giugno 2013 per autorizzare la raccolta fondi. *StarsUp* è il primo portale in Italia ad essere autorizzato dalla Consob per la raccolta on line di capitale di rischio da parte di startup innovative. *Unicaseed*, gestito dalla Società Unicasim, è il secondo portale ad aver avuto l'approvazione della Consob per operare come intermediario finanziario e gestire una piattaforma di *equity crowdfunding*. Entrambi stanno sostenendo le prime startup: StartsUp aiuta Cantiere Savona, una startup per la produzione e diffusione di yacht innovativi, e Unicaseed sta sostenendo una startup attiva nello sviluppo di software di analisi finanziaria, Diaman Tech.

ESCO: per classificare abilità e competenze in 25 lingue europee

Una piattaforma on line e gratuita per favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, si rivolge a imprese, studenti, lavoratori, parti sociali e istituzioni

Favorire i processi di mobilità oltre i confini e tra i diversi settori nel mercato del lavoro. Questo l'obiettivo di ESCO (European Skills/Competences, Qualifications and Occupations), una classificazione multilingue delle abilità, competenze, qualifiche e occupazioni che la Commissione Europea ha presentato durante la conferenza "ESCO goes live", lo scorso ottobre. ESCO diventa così un linguaggio comune per facilitare la cooperazione e il dialogo tra il mondo dell'istruzione e della formazione e il mercato del lavoro. È accessibile on line, gratuita e disponibile in 25 lingue europee.

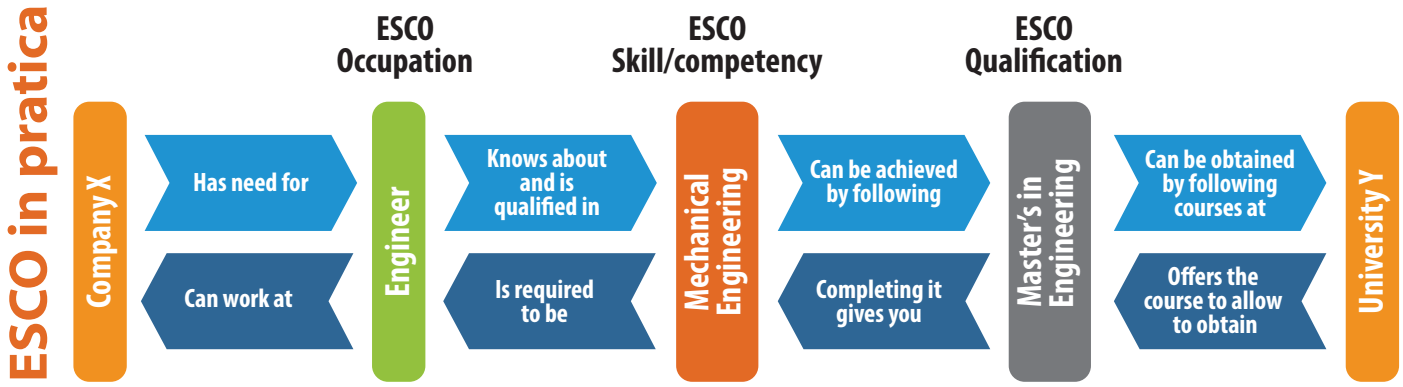
A chi è rivolto ESCO?

- Alle imprese per definire il proprio fabbisogno di competenze interne.
- Agli studenti, impiegati o meno, per registrare i risultati dei loro percorsi di apprendimento (formale, informale o non formale che sia) e costruire il loro profilo professionale.
- Ai lavoratori e agli studenti per identificare il proprio "skills gap" relativamente al target occupazionale che si prefiggono.
- Al mondo dell'istruzione e della formazione per tarare in modo più efficace e preciso l'offerta formativa.
- Alle parti sociali e alle associazioni professionali per definire in maniera puntuale i profili professionali.

L' obiettivo è quindi aumentare la spendibilità delle competenze dei cittadini sul mercato del lavoro europeo, sostenere i processi di occupabilità e crescita, in un periodo di grave disagio economico e occupazionale, favorendo il matching tra competenze, qualificazioni e profili professionali.

Il vero potenziale e il valore aggiunto di ESCO risiedono nella piena valorizzazione dello strumento all'interno dei sistemi nazionali. ESCO è il frutto di uno sforzo congiunto tra Commissione Europea, attori europei e nazionali. L'esistenza di strumenti come Europass ed Ecvet, l'aumento del grado di permeabilità dei sistemi nazionali di Istruzione e Formazione, attraverso la definizione del Quadro Europeo delle Qualificazioni (EQF), ai quali ISFOL per il Ministero del lavoro in Italia contribuisce, ha fornito un supporto operativo a molte delle iniziative europee a sostegno dell'occupabilità e della mobilità dei cittadini. Dall'integrazione di questi strumenti dipende anche il decollo di ESCO, per renderlo il più possibile comprensibile a istituzioni e cittadini (studenti e lavoratori, ma anche persone in cerca di occupazione). Anche di questi obiettivi hanno discusso gli esperti provenienti da oltre 30 paesi europei che hanno preso parte alla conferenza di lancio.

Per concludere, ESCO non sarà obbligatorio, ma mira ad essere uno "standard de facto", non modifica le classificazioni nazionali, ne favorisce l'interoperabilità. Si occupa delle professioni rilevanti a livello europeo, lasciando alle classificazioni nazionali il compito di definire le professioni con carattere prettamente locale, supporta la formazione e l'istruzione nel passaggio ai risultati dell'apprendimento (Learning Outcomes) e pone l'accento sull'apprendimento non formale e informale.



Fonte: ISFOL

La comunicazione come pratica di ascolto e di rispetto

"Ogni comunicazione è uno scambio di doni all'interno di mura comuni" (F. Fornari 1987)

Non c'è riunione manageriale sia di natura tecnica sia di natura gestionale, sia in aziende grandi sia in piccole organizzazioni, dove una delle conclusioni finali irrinunciabili non sia la denuncia di insufficiente comunicazione. A dirlo è Maria Emanuela Salati, direttore fomazione, selezione, sviluppo e comunicazione interna di ATM.

"La comunicazione interna è insufficiente" "Le informazioni non scendono" "Manca la comunicazione interfunzionale", questi alcuni dei ritornelli più frequenti, e non sono sufficienti il moltiplicarsi di strumenti informativi più o meno tecnologici che, come nelle fatiche di Sisifo, sono destinati a ritornare al punto di partenza. Ma perchè?

Intanto mi viene da dire che occuparsi di comunicazione all'interno di un'impresa comporta una grande responsabilità.

"La comunicazione è potere" si diceva una volta e la trovo ancora una gran verità. La comunicazione interna si fonda su un'asimmetria di base sostanziale dove il dialogo con i dipendenti è più spesso un monologo istituzionale, un doveroso flusso di informazioni che, dall'alto verso il basso, investe i collaboratori senza alcun riscontro sul loro interesse all'argomento, né tanto meno sul margine di pazienza rimasta. E l'esaurimento di questa pazienza, si manifesta sempre più evidente, nei blog, su facebook, sugli altri social network e in tutti gli spazi di comunicazione non controllati dei new media.

C'è un desiderio di essere ascoltati nelle persone, di avere più spazio, di essere riconosciuti ognuno con la sua diversità, di non essere manipolati. Forse da qui nasce il disagio e l'insoddisfazione verso gli strumenti di comunicazione, insufficienti di per sé, a garantire tali richieste di autenticità reciproca.

Allora tornando a monte per trovare una soluzione c'è da chiedersi più semplicemente: ma c'è conversazione nella nostra organizzazione? Perché la comunicazione non è solo informare, persuadere, negoziare ma è la capacità quotidiana di saper incontrare l'altro senza giudicare immediatamente, lasciandosi stupire, riconoscendo nell'incontro qualcosa di noi stessi. In altre parole nell'ascoltare.

Fonte: ATM

E ogni parola ascoltata è una breccia che si apre dentro di noi, è l'anello che non tiene nella nostra catena di certezze. Per questo è cosi difficile comunicare e creare processi che partano da questo assunto di base dove il silenzio non è mancanza ma cassa di risonanza.

Credere di poter "creare consenso" attraverso la comunicazione è una chimera, al massimo la comunicazione interna può smuovere le emozioni che già abitano in quella collettività come l'arco di un'arpa la cui sinfonia è senza spartito, imprevedibile nei suoi confini. Può mediare e rendere esplicito un senso del lavoro già condiviso e socializzato quotidianamente, sapendo che attraverso questo senso si costruisce anche l'identità delle persone. Sapendo che in questo racconto, che ogni giorno attiviamo a servizio della nostra organizzazione, c'è la storia di ognuno di noi che si intreccia e si rielabora all'unisono per trovare un senso comune. E ciò richiede grande rispetto e anche un po' di coraggio.

COLOPHON

Redazione Cliclavoro

Direzione generale per le politiche dei servizi per il lavoro
Ministero del lavoro e delle politiche sociali

Via Fornovo, 8 - 00192 Roma

redazionecliclavoro@lavoro.gov.it
www.cliclavoro.gov.it