

**"Pmi day Industriamoci", 16<sup>a</sup> edizione**

**D**ue appuntamenti ravvicinati, uno al Teatro San Domenico di Crema, l'altro nell'aula magna del campus di Santa

Monica dell'Università Cattolica. L'edizione 2025 del "Pmi Day Industriamoci", promossa dall'Associazione Industriali di Cremona, ha confermato la riuscita formula degli appuntamenti precedenti: a partire dalla frizzante conduzione di Paolo Dini e Chiara Tortorella, della "Banda" di Radio R101, che con il loro linguaggio diretto e spigliato hanno saputo calamitare l'attenzione degli studenti delle scuole superiori, quasi 190 a Crema degli Istituti Pacioli, Galilei, Racchetti, Munari e Sraffa, oltre 200 delle classi quarte e quinte degli Istituti Torriani, Manin, Romani, Ghisleri, Einaudi e Stanga a Cremona. Obiettivo dell'incontro, trasmettere ai professionisti di domani l'importanza delle scelte che saranno chiamati a compiere, i "segreti" nella stesura di un curriculum vitae e le regole da seguire quando si affronta un colloquio di lavoro. A fare gli onori di casa il presidente del Comitato Piccola Industria Cremona, Paolo Aramini, che ha introdotto due ospiti d'eccezione: Michela Donesana, responsabile delle Risorse Umane di C.O.I.M. e Fabrizio Zorer, che svolge il medesimo incarico presso VHIT Spa, che hanno sottoposto a una simulazione di un colloquio di lavoro un "candidato" d'eccezione come il Provveditore Imerio Chiappa.

**RELAZIONI**

**«Le aziende hanno bisogno di giovani capaci di portare nuove idee, così da condurci nel mondo di domani»**

AL SAN DOMENICO DI CREMA "SALE IN CATTEDRA" MICHELA DONESANA

# «La prima impressione conta»

Requisiti essenziali: educazione e abbigliamento, disponibilità e interesse

di Antonio Guerini

**E'** stato il primo dei tre colloqui che aprono le porte all'eventuale assunzione e quindi non è dato a sapere se il Provveditore agli Studi Imerio Chiappa abbia o meno centrato l'obiettivo. Si, perché proprio il dirigente scolastico ha accettato di simulare un primo esame "conoscitivo e mirato a valutare l'aspetto va-

loriale del candidato". Imerio Chiappa, a Crema, sul palco del teatro San Domenico, ha presentato il suo curriculum e chiesto un posto di lavoro a Michela Donesana, responsabile delle risorse umane della COIM. Ad ascoltare e a prendere appunti (utili per quando saranno loro i reali protagonisti), gli studenti di alcuni istituti superiori della città: Galilei, Munari, Pacioli, Racchetti/Da Vinci, Sraffa.

Il "candidato" d'eccezione si è presentato accompagnato dalla mamma, nella faticosissima impersonata da Chiara Tortorella. Con lei c'era Paolo Dini (il duo forma la Banda di Radio R101) e insieme hanno animato e moderato la mattinata. Genitore che, va subito evidenziato, è stato confinato in portineria: «Aspetti» è stato il perentorio invito arrivato dalla manager.

Il primo, forte e chiaro segnale: i genitori vanno anche bene, ma non devono assolutamente partecipare al colloquio. Il secondo "suggerimento" (che potrebbe sembrare

scontato e banale ma da quanto appreso non lo è) è stato di salutare. «Non tutti lo fanno - ha testimoniato Michela Donesana: vuoi per l'emozione, vuoi per la carezza educativa; ma ci sono candidati che non salutano, quando invece è determinante. Così com'è fondamentale il linguaggio non verbale del corpo e lo sguardo, che deve essere sempre dritto negli occhi».

Candidato seduto, cellulare rigorosamente spento. Pronti ad affrontare - rilassati - una quarantina di minuti di colloquio (il tempo medio è questo) che di solito arriva dopo un questionario compilato in precedenza e curriculum nelle mani dell'esaminatrice. Quello prodotto dal dirigente scolastico era volutamente simi-



Paolo Aramini



Paolo Dini e Chiara Tortorella



Michela Donesana

## Attenzione al curriculum

Sintetico e veritiero: se si afferma di possedere un'ottima conoscenza dell'inglese, parte del colloquio sarà fatta così

le a un papiro, corredata da una foto di dimensioni altrettanto importanti e con la testa parzialmente mozzata. «Occhio alle foto - ha ricordato la manager - e attenzione alla lunghezza. L'ottimale è una pagina. Curriculum che assolutamente deve essere veritiero. Guai a inserire notizie false. Ad esempio, la conoscenza dell'inglese. Il candidato sostiene



A Crema le aziende coinvolte nelle giornate di mentoring sono state: PV Color Srl, Officina Meccanica F.Lli Aramini Srl, Digiland The Office Leader Srl

un'ottima conoscenza dell'inglese? E allora una parte del colloquio verrà fatta in inglese. Da sottolineare che oggi l'azienda stessa può aiutare a migliorare la conoscenza della lingua».

Le successive domande poste al candidato: Perché ha presentato domanda d'assunzione da noi? Se inizialmente le proponiamo uno stage, cosa fa? Sa lavorare in team? Questi sono i nostri orari di lavoro che comprendono anche i turni, che ne pensa? E' pronto a lavorare anche di sabato e/o domenica? Che tecnologie adopera abitualmente? Che cosa vuol chiederci? Accettate al riguardo domande del candidato del tipo ammontare dello stipendio,

quanti giorni di ferie e il periodo in cui è possibile usufruirne.

Fatto tutto questo, c'è da mettere in conto che poi - normalmente - seguiranno altri due colloqui prima di arrivare all'eventuale assunzione. «I giovani vedono le cose con un occhio diverso - ha voluto rimarcare la manager della Coim in chiusura - e per un'azienda questo è un valore aggiunto. Ma devono essere propositivi e dai colloqui si può capire se lo saranno o meno».

Ricapitolando le istruzioni per un primo colloquio perfetto: genitore sì, ma in attesa in portineria; saluti iniziali; postura adeguata; cellulare spento; curriculum sintetico e veritiero; determinazione.



Alcuni dei ragazzi che hanno partecipato all'evento di Crema



Autorevole, concreta, prestigiosa.  
La pubblicità sulla stampa  
moltiplica il valore del tuo investimento

## Spendi meno e spendi meglio!

### BENEFICIO

Terminato il "regime straordinario" adottato negli anni 2020, 2021 e 2022, dal 1° gennaio 2023 è tornata ad applicarsi la disciplina ordinaria del "bonus pubblicità".

Il credito d'imposta in esame è concesso a imprese, lavoratori autonomi, enti non commerciali nella misura unica del 75 per cento del valore incrementale degli investimenti in campagne pubblicitarie effettuate esclusivamente sulla stampa, ossia sui giornali quotidiani e periodici, locali e nazionali, pubblicati in edizione cartacea o in formato digitale, registrati presso il Tribunale ovvero presso il ROC e dotati della figura del Direttore responsabile, nel limite massimo di spesa di 30 milioni di euro in ragione d'anno, che costituisce tetto di spesa.

Resta ferma la necessità di rispettare in ogni caso i limiti stabiliti dalle disposizioni europee in materia di aiuti c.d. de minimis.

## ASSOCIAZIONE INDUSTRIALI DELLA PROVINCIA DI CREMONA

### SEDE

- 26100 Cremona - piazza Cadorna, 6
- telefono 03724171
- fax 0372417340
- aic@assind.cr.it

### UFFICI

- 26013 Crema - via G. Di Vittorio, 36
- telefono 0373203343
- aic.crema@assind.cr.it
- www.assind.cr.it



Associazione Industriali  
Cremona

A CREMONA, AL CAMPUS DI SANTA MONICA DELLA CATTOLICA, FABRIZIO ZORER

# Il presente e il futuro

Aramini: «Le scelte di oggi hanno conseguenze sulle vite di tutti»

*di Stefano Frati*

«**I**l PMI Day è arrivato alla sedicesima edizione ed è nato per mettere in contatto gli studenti con le aziende.

Non siete il futuro, siete il presente. Le scelte che fate oggi hanno conseguenze sulle vite di tutti. Conoscere questo ambiente non serve per anticipare un ruolo lavorativo, ma è uno strumento per studiare e aiutarci ad innovare il mondo aziendale. Servono giovani capaci di portare nuove idee così da condurci nel mondo di domani». Così Paolo Aramini, presidente del Comitato Piccola Industria di Cremona, ha introdotto il secondo appuntamento di "Pmi Day Industriamoci" che si è svolto il 10 novembre presso l'aula magna del campus Santa Monica dell'Università Cattolica di Cremona. L'evento, organizzato dall'Associazione Industriali di Cremona.

Il cuore della mattinata è dedicato a una simulazione di un colloquio di lavoro (curata dal Club HR dell'Associazione Industriali) che vede la partecipazione di Fabrizio Zorer, responsabile delle Risorse Umane di VHIT Spa (Gruppo Weifu), e il provveditore agli studi di Cremona, Imerio Chiappa. Un faccia a faccia assolutamente insolito, non privo di momenti divertenti, ma adatto a sintetizzare le criticità e i passi falsi di molti candidati alle prese con il selezionatore.

Questa sezione è introdotta da un focus di Paolo Dini, il quale si sofferma sulle statistiche più aggiornate sulla demografia italiana e sul mercato del lavoro. Il contesto, certificato dall'Istat: oltre il 30 per cento delle imprese rischia un mancato ricambio generazionale, con un rapporto tra addetti di 55 anni e più e addetti di meno di 35 anni superiore a 1,5. Nel 2050, secondo le previsioni, la quota degli over 65, oggi al 24,3 per cento, salirà al 34, a fronte di una popolazione lavorativa atti-

va che diminuirà dal 63,5 al 54 per cento.

La provincia di Cremona, almeno per il momento, presenta numeri confortanti: nonostante le difficoltà e le incertezze del quadro economico, il nostro territorio mostra una imprevista vivacità, con valori numerici superiori a quelli della media lombarda. I dati più importanti: il saldo fra avviamimenti e cessazioni di lavori, registrati dai centri per l'impiego, è positivo. Nel primo trimestre dell'anno in corso, circa 5 mila persone, nella fascia di età compresa fra i 15 e i 29 anni, hanno trovato un impiego.

Utili i consigli e le strategie raccolte e indirizzate alla platea, nate attraverso la simulazione sopraccitata.

**Mancata puntualità:** arrivare ritardo è il classico biglietto da visita negativo. Non importa quanto siano brillanti le competenze: se il candidato non rispetta il tempo altrui, l'impressione iniziale è già compromessa. La puntualità è percepita come affidabilità e professionalità e ignorarla significa partire svantaggiata.

**Abbigliamento:** in questo caso l'abito fa il monaco. Molti candidati trascurano l'outfit, scegliendo un vestiario poco adatto al contesto, talvolta persino inopportuno. Anche se può sembrare un dettaglio superficiale, per i recruiter può essere un segnale chiaro: chi non cura l'aspetto rischia di essere percepito come poco attento o disorganizzato. Vestirsi in maniera coerente con il ruolo e con l'azienda è un piccolo gesto che trasmette serietà. Non manca, sul banco degli imputati, il killer silenzioso della nostra epoca: la distrazione digitale. Rispondere al cellulare durante il colloquio è un errore che nessun selezionatore può ignorare. Interrompere la conversazione per messaggi o notifiche trasmette disattenzione e mancanza di rispetto.



Sopra,  
Fabrizio  
Zorer. In alto  
a destra  
Imerio  
Chiappa.  
A Cremona  
le aziende  
coinvolte  
sono state  
Eurotecnico,  
Seri-Art,  
Alfra e  
GraficArt  
Padana

**Essere presenti e concentrati è fondamentale:** il colloquio non è solo un momento per mostrare le competenze scolastiche ma va inteso come un'occasione per mettere in luce le proprie capacità di relazione. Un altro punto sul quale è utilissima una strategia è la conoscenza dell'azienda e dei suoi prodotti: chi non si prepara è già perdente, dà l'impressione di candidarsi "per fare numero". Il poco coinvolgimento, in questa fase, è immediatamente percepita. Informarsi sull'organizzazione, capire i prodot-

ti e conoscere i mercati di riferimento non sono curiosità ma è ciò che distingue un candidato motivato da uno che si presenta solo per tentare la fortuna.

Ultimo gradino sul quale non inciampare: le richieste premature. Alcuni candidati - persino quelli che si propongono per posizioni junior - avanzano richieste relative a ferie o benefit come se fossero figure con esperienza pregressa. Questo atteggiamento segnala un disallineamento tra le aspettative e le richieste del ruolo. È importante comprendere prima di tutto il contesto della mansione per poi discutere, magari nell'ultima fase dei colloqui, i dettagli contrattuali.

Prima della conclusione un breve spazio è stato dedicato momento alle testimonianze di quattro studenti, ognuno dei quali ha racconta-

la propria esperienza di mentoring in azienda vissuta nei giorni precedenti. Eurotecnico di Castelverde ha raccolto le impressioni di Irene Migliorati (studentessa dell'Istituto Torriani), Alfra (azienda del comparto lattiero-caseario di Persico Dosimo) ha ospitato Luis Jahaj, mentre GraficArt Padana (Casalbellotto) ha accolto Francesco Ronca, studente dell'Istituto Romani di Casalmaggiore. La storia professionale di Alberto Maffini, ex professore di inglese che si è reinventato confluenendo nel mondo della stampa digitale (Seri-Art), hanno anticipato le ultimissime battute, affidate a Chiappa e a un frammento registrato dedicato al pensiero critico e indipendente: il pubblico dell'aula ascolta un testo celeberrimo: quello creato da Apple, negli anni Novanta, nel proprio spot pubblicitario.

### Come vorresti che fosse l'azienda per cui lavorerai un giorno?

- Un luogo dove contino principalmente i risultati 11%
- Una realtà che unisca lavoro, passione, attenzione per le persone e il territorio 65%
- Un posto tranquillo senza assunzione di troppe responsabilità 13%
- Una grande azienda famosa, anche se lontana da casa 11%

### Quali aspetti ti attraggono di più in un'azienda?

- Ambiente di lavoro positivo 25%
- Opportunità di crescita professionale 19%
- Stipendio competitivo 22%
- Flessibilità oraria 16%
- Valori etici e sostenibilità 4%
- Innovazione e tecnologia 5%
- Possibilità di lavorare con l'estero 9%

### Cosa rappresentano per te le aziende del territorio?

- Un luogo di lavoro come tanti 19%
- Un punto di riferimento che può creare posti di lavoro, formazione e iniziative locali 57%
- Un luogo di lavoro distante dalla comunità 3%
- Un luogo di lavoro senza opportunità di crescita e poca attenzione ai giovani 22%

### Come immagini il ruolo dei giovani in un'azienda che voglia innovare e restare legata al territorio?

- Portare nuove idee e sensibilità su temi sociali e ambientali 84%
- Apportare il mio contributo ma senza influenzare troppo le decisioni 11%
- Imparare solo i processi produttivi 2%
- Entrare come mera forza lavoro 4%



### I risultati dell'indagine proposta durante Industriamoci 2025

Il lavoro non è più sinonimo di status sociale: gli studenti della Generazione Z - i nati fra il 1997 e il 2012 - immaginano l'azienda come un luogo capace di unire passione, attenzione per le persone e il territorio (65%). Cercano un ambiente positivo (25%), stipendi adeguati (22%) e opportunità di crescita (19%), segno di una visione equilibrata, capace di bilanciare qualità della vita e sacrifici. Le imprese locali sono viste nel 57% dei casi come punti di riferimento per lavoro e formazione ma una parte rilevante (22%) le percepisce ancora come distanti e poco aperte ai giovani. Il dato più rilevante riguarda l'innovazione: l'84% ritiene di poter contribuire portando idee sui temi sociali e ambientali; opinione apparentemente in contraddizione con la bassa percentuale (4%) ottenuta dalla voce "valori etici e sostenibilità". Emerge, quindi, la volontà di essere coinvolti in prima persona, nell'attesa che le aziende diventino ancor più luoghi di crescita condivisa.

