

Recruiting nelle Società Benefit: Da Funzione a Leva Strategica

Le Società Benefit rappresentano un'evoluzione del paradigma imprenditoriale dove il profitto diventa strumento per generare valore condiviso per comunità, ambiente e territorio. Il recruiting si trasforma da semplice funzione amministrativa a leva strategica per attrarre talenti che cercano uno scopo, non solo una retribuzione.

💡 NUOVO PARADIGMA

Dal Profitto al Valore Condiviso



Le Società Benefit, introdotte in Italia nel 2016, integrano la sostenibilità nel DNA aziendale, bilanciando gli interessi dei soci con quelli degli stakeholder: lavoratori, fornitori, comunità e ambiente.

Il valore condiviso non è filantropia, ma **vantaggio competitivo** documentato: tra 2019 e 2022 le SB italiane hanno registrato un aumento del fatturato mediano del **+37%**, più che doppio rispetto alle imprese tradizionali.

Caratteristiche Distintive delle Società Benefit

Obbligo Legale di Impatto

Le finalità di beneficio comune devono essere integrate nell'oggetto sociale, non sono opzionali ma costitutive.

Relazione Annuale

Redazione obbligatoria di una Relazione di Impatto che documenta risultati sociali e ambientali raggiunti.

Responsabilità Estesa

Gli amministratori devono bilanciare interesse dei soci con quello di tutti gli stakeholder nelle decisioni strategiche.



Il Recruiting: Da Amministrativo a Strategico

Per le Società Benefit, il recruiting non mira solo a coprire una posizione vuota, ma a inserire persone che condividono autenticamente la visione e i valori dell'azienda.

Questa trasformazione richiede un approccio completamente nuovo alla selezione dei talenti.

Tre Pilastri del Recruiting Benefit



Attrarre Talenti Purpose-Driven

Millennials e Gen Z cercano aziende con impatto positivo. La SB attira professionisti qualificati che vogliono allineare valori personali e lavorativi.



Employer Branding Autentico

La certificazione SB o B Corp funge da certificato di autenticità, rendendo il brand attrattivo e riducendo significativamente i costi di turnover.



Selezione Valori + Competenze

Il processo testa hard skill e interesse per tematiche socio-ambientali, garantendo maggiore coesione culturale e engagement duraturo.

Il Nuovo Ruolo delle Risorse Umane

La funzione HR nelle Società Benefit evolve in "HR Strategic Management" focalizzato sulla creazione di valore condiviso.

Non più semplice gestione amministrativa del personale, ma motore strategico per implementare la missione Benefit attraverso le persone.



Aree di Intervento HR nelle Società Benefit



Formazione Continua

Orientare i dipendenti verso sostenibilità e obiettivi di impatto, con KPI sociali e ambientali misurabili e integrati nelle performance.



Cultura Aziendale

Creare un ambiente partecipativo e inclusivo che rispecchia autenticamente i valori Benefit e favorisce il senso di appartenenza.



Welfare e Benessere

Integrare responsabilità sociale internamente attraverso welfare aziendale innovativo e pratiche concrete di inclusione e work-life balance.

Le Aspettative della Gen Z e dei Millennial nel Lavoro

I Millennial e la Gen Z, nati tra gli anni '90 e i primi anni 2010, porta con sé un nuovo set di valori e priorità nel mondo del lavoro. Per attrarre e trattenere questi talenti, le aziende devono adattare le proprie strategie di engagement, puntando su responsabilità, etica e supporto al benessere individuale.



Flessibilità e Work-Life Balance

Preferiscono orari personalizzati e settimane lavorative ridotte. Lo smart working è considerato una necessità, non un benefit.



Salute Mentale e Benessere

Il benessere psicologico è prioritario; il 67% preferirebbe un lavoro che supporta la salute mentale con un salario inferiore.



Scopo e Valori Aziendali

Cercano aziende con una cultura autentica, inclusiva e sostenibile, in cui le mansioni abbiano un impatto concreto.



Crescita e Feedback Costante

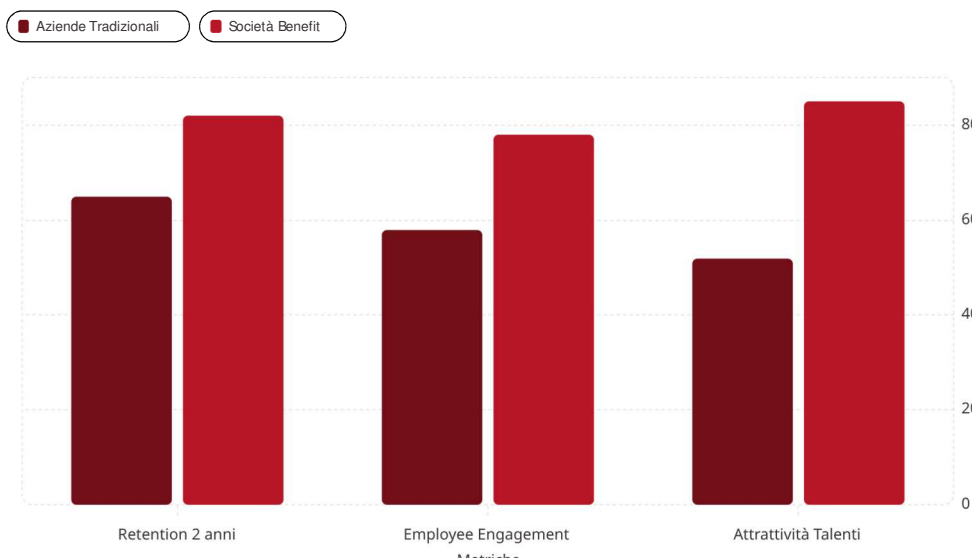
Desiderano percorsi di apprendimento continuo e feedback immediati, preferendo un "manager-coach" alle valutazioni annuali.



Tecnologia e Autenticità

Si aspettano strumenti digitali moderni e una comunicazione trasparente, diretta e non autoritaria.

Impatto Misurabile del Recruiting Strategico



Dati che Parlano Chiaro

Le Società Benefit registrano performance superiori in tutti gli indicatori chiave del capitale umano.

- Retention superiore del 25% dopo due anni
- Engagement dei dipendenti significativamente più alto
- Maggiore capacità di attrarre talenti qualificati
- Riduzione dei costi di recruiting e turnover

Best Practices per Manager HR e Recruiting

1

Integrare i Valori
nel Job
Description

Comunicare
chiaramente missione e
impatto sociale fin
dall'annuncio, attirando
candidati già allineati.

2

Assessment dei
Valori

Creare interviste e test
che valutino autenticità
dell'interesse per
tematiche sostenibili,
non solo competenze
tecniche.

3

Onboarding
Orientato alla
Missione

Formare nuovi assunti su
storia, valori e obiettivi
Benefit, creando senso
di appartenenza
immediato.

4

Monitoraggio
Continuo

Misurare engagement,
satisfaction e
allineamento valoriale
con survey periodiche e
KPI dedicati.



Consulenti del Lavoro
▼ Consiglio provinciale di
Campobasso

Il Capitale Umano come Motore del Valore Condiviso

Per le Società Benefit, assumere le persone giuste significa garantire la continuità della propria missione.

Il capitale umano diventa il motore principale della creazione di valore condiviso, trasformando il recruiting da costo a investimento strategico.

