

Prima la cultura, poi il curriculum: perché la selezione comincia dall'azienda

Quando un'azienda ci chiede di aiutarla a trovare una persona, la **prima domanda che facciamo** non è "che profilo cercate?", è "**che azienda siete?**". È il primo step del nostro processo di selezione, e c'è un motivo preciso se viene prima di tutto il resto.

Un **articolo di Anna Fabi pubblicato su PMI.it**, [Cultural fit: la prova del nove per talent attraction e retention](#), spiega bene il punto di partenza.

Dopo la pandemia le persone hanno cambiato prospettiva sul lavoro: **al centro sono finiti i valori**, il benessere, il sentirsi appagati. Per le imprese questo si è trasformato in un **problema di retention**: come trattenere chi non si riconosce nell'azienda e trova facilmente alternative fuori? La risposta dell'articolo è netta: si può fare poco a posteriori, molto in fase di selezione, **attraendo e scegliendo persone che si rispecchiano nei valori aziendali**.

Noi di Execo la pensiamo allo stesso modo. Ma c'è un passaggio che l'articolo dà per scontato e che nella nostra esperienza è tutt'altro che scontato: per selezionare in base al cultural fit **bisogna sapere qual è la propria cultura**. Quella vera, non quella scritta sul sito.

Cultural fit: una definizione e un equivoco da evitare

Il **cultural fit** è la corrispondenza tra i valori, l'approccio e il modo di lavorare di una persona e quelli dell'organizzazione. Quando c'è, le **competenze hard e soft trovano terreno fertile**; quando manca, anche il candidato tecnicamente più forte fa fatica a restare e a dare il meglio.

L'articolo di PMI.it mette in guardia da un equivoco frequente, e lo condividiamo in pieno: **cultural fit non significa assumere persone tutte uguali**. La condivisione dei valori di fondo deve convivere con la diversità di provenienza, di esperienze e di modi di pensare, che sono esattamente ciò che fa crescere un'organizzazione. Nel nostro metodo questa distinzione è esplicita:

- **Valori non negoziabili**: i pochi principi su cui serve un allineamento reale, perché definiscono come si sta insieme e come si decide.
- **Stili di lavoro e di pensiero**: qui la diversità non è un rischio, è un vantaggio competitivo. Un team che ragiona tutto allo stesso modo è un team fragile.

Separare le due cose protegge l'azienda da un bias di selezione ("mi assomiglia, quindi va bene") e ci dà un criterio chiaro per costruire la griglia di valutazione dei candidati.

Perché il primo step è l'analisi culturale

Chi ha già nel proprio bagaglio i valori dell'azienda non deve sforzarsi di applicarli: lavora con più naturalezza, è più coinvolto, resta più a lungo. È l'idea che l'articolo di PMI.it riassume parlando di

cultural fit come **strumento non solo di recruiting ma di retention**, ed è la stessa idea che sta alla base del nostro “lavorare felici”: la persona giusta nel posto giusto riduce il turnover.

Ma tutto questo funziona **solo se il “posto giusto” è descritto in modo onesto**. Per questo, prima di aprire una ricerca, facciamo un’**analisi culturale approfondita**:

- **Ascoltiamo l’imprenditore o il management** per capire come immaginano e raccontano la propria cultura: cosa premiano, cosa non tollerano, come si prendono le decisioni.
- **Ascoltiamo le persone che ci lavorano**, perché la cultura reale è quella che si vive ogni giorno.
- **Confrontare le due fotografie**: dove coincidono, abbiamo un’identità solida da comunicare ai candidati; dove divergono, abbiamo un’informazione preziosa, che spesso spiega perché le assunzioni precedenti non hanno funzionato.

L’output di questo step è la base su cui scriviamo l’annuncio, impostiamo i colloqui e definiamo cosa significa “fit” per quella specifica azienda.

Dal culture book all’autoselezione dei candidati

Un’altra idea dell’articolo che facciamo nostra è **rendere la cultura visibile all’esterno**. Un culture book, o anche una semplice pagina che racconta con onestà come si lavora in azienda.

Per l’azienda i **vantaggi** sono almeno tre:

- **Meno candidature fuori target** e più candidati che arrivano già motivati dai valori, non solo dalla retribuzione.
- **Coerenza** tra annuncio, colloqui e realtà quotidiana.
- **Un materiale di onboarding** già pronto, che accorcia i tempi di inserimento.

Nel nostro percorso questo documento è spesso l’esito naturale dell’analisi culturale.

In sintesi

L’articolo di PMI.it ha ragione: il cultural fit è la prova del nove per attrarre e trattenere le persone. **Noi aggiungiamo un passo** prima. Non si può selezionare per fit senza una **fotografia onesta della cultura aziendale**, ed è per questo che il nostro processo di selezione comincia dall’azienda, non dal candidato. È il modo più concreto che conosciamo per far sì che le persone, una volta entrate, abbiano voglia di restare. E di **lavorare felici**.