

Giovani, ma non solo. Assieme agli annunci su carta i job seeker utilizzano le tecnologie

«Io il posto me lo trovo sul web»

Internet, strumento privilegiato per conquistare il lavoro

| Chi cerca lavoro on-line (valori percentuali) | | Titolo di studio | |
|--|------|--------------------------|------|
| Occupazione | | | |
| Impiegato | 24,9 | Licenza media | 10,0 |
| Studente | 13,4 | Diploma scuola superiore | 49,3 |
| Lavoratore autonomo | 12,9 | Laurea | 35,9 |
| Disoccupato | 7,0 | Master | 4,2 |
| Operaio | 6,8 | Ets | |
| Addetto servizi | 6,8 | 18/24 | 12,7 |
| Casalunga | 4,5 | 25/34 | 36,3 |
| Insegnante | 3,8 | 35/49 | 34,4 |
| Dirigente | 3,8 | 50/64 | 13,5 |
| Tecnico | 3,7 | Sesso | |
| Libero professionista | 3,7 | Maschi | 50,3 |
| Pensionato | 3,3 | Femmine | 49,2 |

Fonte: Nielsen Online

| Siti utili |
|--------------------|
| Borsalavoro.it |
| Cambiolavoro.it |
| Cercolavoro.com |
| Oliocalavoro.it |
| Infojobs.it |
| Jobcrawler.it |
| Jobrapido.it |
| Lavorocreativi.com |
| Lavoro.org |
| Motoricerca.it |
| Monster.it |
| Stepstone.it |
| Talentmanager.it |

(N.b. mancano i siti dei quotidiani)

PAGINA A CURA DI COSTANTINO CORBARI

La crisi detta nuovi comportamenti tra le persone che cercano lavoro. Si consultano giornali, si frequentano saloni e fiere. Si compulsano agende di indirizzi. E soprattutto si fa ricorso a internet. Cresce in assoluto nella rete e nel web il numero di coloro chi si guardano attorno, si candidano e studiano le opportunità offerte dal mercato, ma allo stesso tempo sono spesso poco disponibili a cambiare. È come se si informassero per essere pronti ad affrontare la nuova difficile situazione, ma senza abbandonare un posto che per il momento appare ancora sicuro.

Le maggiori società che operano nell'incontro tra domanda e offerta di lavoro on-line segnalano l'accresciuta curiosità e attenzione alle proposte presenti in rete, ma contemporaneamente evidenziano in questo momento il rallentamento delle ricerche di personale da parte delle imprese. Aziende che avevano acquistato servizi specializzati dai grandi players ora hanno ridimensionato le previsioni.

«Il mercato è cambiato decisamente a partire da luglio, c'è

molta attenzione ai costi», spiega il country manager di Monster Italia, Nicola Rossi. «Oggi il tono è conservativo. Il nostro risultato è positivo rispetto allo scorso anno, seppure di poco, ma non in linea con il budget previsto». Dal canto suo Cristina Popper, responsabile di Infojobs Italia, evidenzia minore preoccupazione: «La crisi non va a incidere sui nostri utenti», sottolinea, «cambiano le modalità di assunzione, non il numero».

Il mercato italiano del recruiting on-line vale circa 20 milioni di euro e rappresenta una quota di oltre il 40% dell'intero settore degli annunci per la ricerca di personale. Il nostro è uno dei più piccoli in Europa. In Spagna, per esempio, l'on-line vale circa 120 miliardi e questo nonostante la quota del cartaceo rappresenti ancora il 70% del totale. Tutti gli indicatori, però, concordano nell'evidenziare che nel volgere di pochi anni la proporzione cambierà a favore di internet e si può già affermare che i sistemi digitali di selezione del personale hanno superato quelli tradizionali per numero di offerte pubblicate e curricula raccolti.

Già oggi, oltre il 70% delle offerte di lavoro disponibili sul mercato europeo è pubblicato

on-line e il 56% del totale delle assunzioni che vanno a buon fine proviene da un annuncio pubblicato sul web.

Gli operatori attivi in Italia sono numerosi, ma la parte del leone è giocata da infojobs.it e monster.it. Il primo, partito dalla Spagna e ora insediato oltre che in Italia anche in Austria e Polonia, ha annunciato l'imminente raggiungimento del secondo milione di candidati registrati e oltre 30 mila aziende inserzioniste, e per l'occasione ha lanciato un concorso su internet per festeggiare il risultato. Il secondo, parte di una rete che conta 50 siti in Europa, America e Asia, dichiara 1.689.000 cv qualificati presenti nel solo database italiano e 4.500 aziende clienti attive negli ultimi 12 mesi. Monster Italia, tra l'altro, è l'unico operatore on-line iscritto all'Albo delle agenzie per il lavoro.

Accanto a questi siti, sul web sono presenti altri strumenti: dai portali generalisti dei giornali on-line a quelli aziendali, ai motori di ricerca degli annunci, come jobcrawler e jobrapido, ai siti istituzionali



come Borsa lavoro.

Difficile verificare tutti i dati, ma nell'insieme mostrano un settore in espansione, con numeri certamente significativi che dicono, però, anche del rischio presente di un certo affollamento di candidature superflue. Per questo gli operatori non si limitano a pubblicare le candidature, ma offrono alle aziende una serie di servizi aggiuntivi, che riducono i rischi di duplicazione e dispersione di risorse. «Alle aziende proponiamo un servizio di e-screening per cv di qualità, selezionati uno a uno, attraverso l'analisi delle candidature dirette all'annuncio», spiega ancora Rossi. «A questo è possibile aggiungere una profilazione ancora più mirata attraverso un'intervista telefonica strutturata».

Anche per le aziende più esigenti, comunque, il vantaggio economico rispetto a una inserzione su carta stampata è sempre notevole. L'annuncio on-line costa meno, resta consultabile più a lungo ed è visto in un mondo più vasto.

Per coloro che pubblicano le candidature sui siti («Soprattutto la fascia centrale della piramide del lavoro e i neolaureati», dice Cristina Popper) il servizio è gratuito.