

MIGLIORARE CLICK-LAVORO, CON UN CLICK

di Francesco Giubileo, Andrea Parma
08 marzo 2013

Il portale Cliclavoro (www.cliclavoro.gov.it), avviato il 22 ottobre 2011, Ã il luogo di incontro tra cittadini, aziende e operatori (pubblici e privati) dove possono interagire, dialogare e informarsi su tutto ciÃ² che accade in materia di lavoro.

I due principali obiettivi del portale sono quelli di realizzare:

- un network per il lavoro nell'ottica di facilitare l'intermediazione tra domanda e offerta e semplificare gli adempimenti burocratici e legislativi.

- un "collettore delle opportunitÃ di lavoro" presenti sul web, avendo come bacino una serie di siti certificati di ricerca e selezione di personale. In realtÃ , il sito originariamente doveva rappresentare una nuova "borsa del lavoro online". Nella realtÃ , ad eccezione degli addetti a lavoro, il sito Ã , perÃ², piuttosto sconosciuto.

E' imparagonabile ad altri motori di ricerca online: basti pensare che il leader del mercato Ã Infojobs, online in Italia da luglio 2004, con 1.075.400 visitatori e che conta attualmente piÃ¹ di 45.000 offerte di lavoro attive e oltre 58.000 aziende inserzioniste (www.infojobs.it).

Eppure, sull'esempio di quanto Ã avvenuto con le Comunicazioni obbligatorie (CO)¹, si potrebbe permettere a Cliclavoro di diventare un vero protagonista della ricerca del lavoro².

Infatti, fermo restando l'assoluta autonomia e libertÃ delle imprese di reperire i lavoratori come meglio credano, si potrebbe ipotizzare di instaurare l'obbligo di registrare le vacancy sul portale Cliclavoro, sottoforma di una preliminare Comunicazione obbligatoria.

La pubblicazione dovrebbe durare almeno 48 ore (un tempo piÃ¹ che sufficiente dato gli attuali sistemi di newsletter e filtri che permettono una rapida scrematura dei profili ricercati) e dovrebbe contenere anche le modalitÃ di contatto (preferibilmente via e-mail oppure il link per le autocandidature).

L'idea Ã quella di trasformare l'attore pubblico in un fornitore avanzato di informazioni riducendo i tempi di ricerca del lavoro e, quindi, parte della disoccupazione involontaria.

La possibilitÃ di migliorare lâ€™attivitÃ di matching tra domanda e offerta di lavoro, riducendo l'inadeguata capacitÃ di assistenza da parte dell'attore pubblico nel trovare un'occupazione Ã un tema che si inserisce all'interno del dibattito su come ridurre il fenomeno della disoccupazione involontaria.

In altre parole, come tutti i mercati anche quello del lavoro non Ã perfetto e come sostiene la Job Search Theory, la ricerca di un lavoro va considerata come un investimento.

Pertanto, coloro che sono alla ricerca di un impiego possono giudicare razionale essere "temporaneamente" disoccupati e impiegare il proprio tempo nella ricerca di informazioni. In questo caso, si suppone che l'informazione, come qualsiasi altro bene economico, sia una risorsa scarsa il cui uso comporta dei costi.

La soluzione proposta dovrebbe ridurre notevolmente questi costi e permettere di ottimizzare l'attivitÃ di matching, ma non influirÃ nel collocamento dei soggetti piÃ¹ "svantaggiati" (i quali necessitano di strumenti e servizi dedicati³), cosÃ¬ come nella capacitÃ di inserimento dei Centri per l'impiego, che rappresentano una modalitÃ di reclutamento del lavoro praticamente sconosciuta alle imprese (Tabella 1).

Tab. 1 - Imprese secondo la principale modalitÃ utilizzata per la selezione di personale nel 2011 per classe dimensionale (percentuale).

Fonte: Elaborazioni dati Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2012.

La tabella mostra chiaramente una relazione tra dimensione aziendale e le modalità per selezionare e reclutare personale. Infatti, nelle piccole imprese la conoscenza diretta e le segnalazioni di conoscenti e fornitori rappresentano i canali di ricerca più utilizzati, ma l'impresa si allarga in termini di dipendenti le banche dati aziendali interne o le società di selezione (quindi i canali formali) aumentano di importanza. D'altronde creare un reparto delle risorse umane o pagare una società di selezione rappresenta un costo d'impresa che solo alcune aziende medio - grandi si possono permettere.

Per le nano-imprese, l'obbligo della compilazione su Cliclavoro diventerebbe facoltativa, anche perché il rischio è quello di generare fenomeni di "spiazzamento". La domanda di lavoro non sarebbe minimamente in grado di gestire l'enorme flusso di curriculum ricevuti e, di conseguenza, la forza lavoro rischia di perdere tempo nel tentativo di segnalare le proprie capacità verso datori di lavoro che non leggeranno mai il loro c.v.

Quest'ultimo aspetto, dovrebbe essere il compito dei Centri per l'impiego, ma è noto come i servizi alle aziende rappresentano il "tallone d'Achille" degli Servizi pubblici per l'impiego. Ridotta quantità e qualità di personale disponibile, pessima organizzazione e pochi se non inutili servizi dedicati alle esigenze della domanda di lavoro sono tra le principali problematiche.

Una prestazione che trova origine nell'impianto logico e funzionale asimmetrico dei vecchi Centri di collocamento al lavoro, sbilanciati verso l'offerta di lavoro e che vedono la domanda premiare i servizi pubblici soprattutto in quanto soggetti in grado di offrire una manodopera portatrice di vantaggi fiscali.

Sull'argomento, entrambi gli autori si augurano che nei prossimi anni, Itallavoro (il braccio operativo del Ministero del lavoro), sappia sfruttare al meglio i Fondi strutturali 2014-2020 messi a disposizione dalla Commissione Europea per potenziare i servizi per l'impiego.

1. Il Sistema Informativo per le Comunicazioni Obbligatorie (COB) del Ministero del lavoro, costituisce il punto di raccolta per l'invio on-line delle comunicazioni di instaurazione, proroga, trasformazione, cessazione di un rapporto di lavoro, da parte di tutti i soggetti obbligati e abilitati.
2. La proposta qui presentata nasce dal confronto sul futuro dei Servizi pubblici per l'impiego consultabile al sito mag.workcoffee.it
3. Giubileo F. e Leonardi M., 2012, Il collocamento dei soggetti svantaggiati, quali soluzioni. www.nelmerito.it