

AGENZIE PER IL LAVORO/3. Gli operatori del settore uniscono le forze

Il mercato si fa caldo

Tutti d'accordo sulla necessità di attivare politiche del lavoro destinate a target precisi e di puntare su percorsi di formazione per ogni livello

Se qualcosa di positivo la crisi l'ha portato, è stato il fatto di spingere gli operatori a unire le forze. «I segni li abbiamo potuti leggere quotidianamente – conferma **Cristiano Ianna**, direttore generale di Metis –. Nel mondo del lavoro si è riusciti a fare sistema. Governo, operatori, parti sociali hanno cercato insieme di investire su politiche attive adeguate a fronteggiare il momento difficile. Anche molte agenzie per il lavoro hanno investito in politiche attive. Noi, come Metis, abbiamo creato una divisione ad hoc per le politiche attive e cerchiamo di sviluppare tutte le possibilità che governo e parti sociali ci danno». Oggi il contesto economico e occupazionale richiede sempre più flessibilità. L'importante è che aziende e lavoratori la sappiano cogliere. Secondo Eurostat, a livello europeo l'invecchiamento della popolazione porterà nel 2050 a un disavanzo occupazionale che si stima in circa 35 milioni di posti di lavoro non occupati. Si prevede, quindi, che il numero di occupati sarà sempre minore a fronte di una domanda costante. «Occorre dunque modellare una serie di politiche del lavoro destinate a target precisi e attraverso accordi flessibili quali la somministrazione e puntare a percorsi di formazione a tutti i livelli» spiega **Marco Ceresa**, amministratore delegato di Ranstad Italia. Ad esempio, cercare di incrociare le esigenze di mercati nuovi e la preparazione delle persone che vorrebbero accedere a questi nuovi ambiti è un compito tutto da appaltare alle agenzie per il lavoro. «Tra le novità del 2010 c'è il fatto che il governo ha dato molte deleghe e milioni di euro alle Regioni per riqualificare alcuni settori» puntualizza Ianna. Risorse sulle quali puntare.

I nuovi strumenti funzionano

Sebbene ci sia da sempre, in Italia, un mercato del lavoro dove l'incontro tra la domanda e l'offerta è più difficile che altrove, una

certa discrasia congenita nel sistema, fra i profili dei lavoratori e le esigenze delle imprese, qualcosa però sembra lentamente cambiare, a detta degli operatori. «Solo negli ultimi mesi del 2010 si è potuto notare un possibile incontro fra questi due mondi grazie proprio a un buon utilizzo della formazione – afferma **Domenico Di Gravina**, direttore generale di **Articolo1**, UnoHolding –. A questo proposito, i nuovi strumenti delle politiche attive del mercato nei diversi campi stanno dando ottimi risultati. A tali politiche attive il mondo delle imprese e quello dei lavoratori rispondono in modo positivo, anche se frammentario, in quanto si tratta di politiche non del tutto note né alle aziende né ai lavoratori. Bisogna lavorare molto sul fronte dell'informazione e della conoscenza, coinvolgendo sia le organizzazioni sindacali sia le organizzazioni di categoria che devono fare di più».

I settori che tirano

Settore green a parte, gli altri comparti dell'interinale a mostrare una certa effervescenza negli ultimi mesi sono stati quello della chimica, del tessile e dell'informatica. Elan, l'agenzia per il lavoro specializzata nel settore Ict (Information Communications Technology), vede la domanda di risorse in crescita. La flessibilità del rapporto di lavoro rappresenta infatti un'opportunità per le aziende per far fronte ai progetti informatici, per definizione a termine, e predisporre una forza lavoro specializzata. Il settore informatico ha tipicamente ingaggi lunghi 6/12 mesi, legati all'implementazione di progetti. Il ricorso alla somministrazione dipende in questo caso proprio dalla necessità di risorse con competenze specifiche per tempi appunto determinati.

«In vetta alla classifica degli ambiti lavorativi più promettenti noi segnaliamo la logistica e il retail – aggiunge **Barbara Garofoli**, amministratore delegato del Gruppo Human-gest –, ma anche una sostanziale tenuta dei

settori farmaceutico, alberghiero e contact center e un andamento più incerto per l'international & communication technology». Poi ci sono la grande distribuzione organizzata, il commercio e, non ultimo, il turismo, per natura, in Italia, legato alla stagionalità e quindi a picchi della domanda. «I settori più dinamici alla fine dell'anno sono quelli legati al mondo natalizio - sottolinea **Andrea Malacrida**, direttore marketing e commerciale Adecco Italia - , quindi, con l'apertura dei negozi e dei supermercati 7 giorni su 7, c'è richiesta di figure sia nella piccola che nella grande distribuzione e poi, con la ripresa dei consumi, nell'alberghiero e nel settore aeroportuale in un momento dell'anno in cui si viaggia di più». Il picco di produttività è una fetta importante del core business delle agenzie per il lavoro, anche se, come precisa **Toscano** di Temporary, le aziende oggi tendono a scegliere sempre più le agenzie come partner anche per altre sfide «come reinserire dopo i tagli figure critiche difficili da selezionare, innalzare il livello qualitativo della formazione continua, ricollocare lavoratori over 50 in mobilità, selezionare giovani talenti e infine stabilizzare i lavoratori a tempo indeterminato tramite lo staff leasing». Lo strumento dello staff leasing, recentemente reintrodotta, anche se non ci sono ancora dati di lungo periodo sui quali misurarne l'impatto e l'efficacia, pare, anche dalle stime di **Assolavoro**, che dimostri di essere un istituto che può funzionare e che le agenzie offrono ormai tra i vari servizi.

Oggi le attività per le quali è applicabile, senza un previo accordo aziendale o sindacale, sono solo alcune. Ad esempio quelle nel campo sanitario, nella gestione dei magazzini, nelle fasi finali della produzione. «Lo staff leasing troverà sempre più ambito di utilizzo e diventerà maturo laddove è indispensabile per l'azienda ottimizzare i modelli produttivi - precisa **Michele Amoroso**, ceo di Generazione Vincente - . Per i lavoratori è uno strumento innovativo, che abbatte il livello di precarietà perché essi sono tutelati da un contratto con l'agenzia che si fa carico della loro occupabi-

lità a tempo indeterminato». Molto più cauta **Patrizia Fulgoni** di Life in Spa. «Quello dello staff leasing è a mio avviso uno strumento che va in controtendenza con le attuali necessità del mercato - afferma l'ad di Life In -. In un momento di grande instabilità come questo, infatti, le aziende si rivolgono alle agenzie e cercano la somministrazione per avere contratti flessibili, adeguati al periodo che viviamo. Per il futuro sarà senz'altro uno strumento utile ma oggi, creare dipendenza a tempo indeterminato, rischia di essere prematuro».

Nessun rischio di saturazione

Nonostante siano quasi un'ottantina in Italia le agenzie per il lavoro, nessun rischio di saturazione del mercato è stato sinora registrato. I servizi e le soluzioni personalizzate e la buona struttura organizzativa fanno sì che l'utilizzo della somministrazione di lavoro temporaneo rientri ormai tra gli strumenti di lavoro della maggior parte delle imprese. «Come Gi Group siamo particolarmente soddisfatti del nostro andamento - fa sapere **Stefano Colli-Lani**, amministratore delegato Gi Group - . Durante la crisi abbiamo compiuto una scelta, quella dei contratti di solidarietà, che ci ha permesso di ridurre i costi nel periodo più drammatico della crisi, e di ripartire quando l'economia ha ripreso a girare. Oggi abbiamo interrotto il regime di solidarietà e stiamo crescendo molto più del mercato, con un +35% rispetto all'anno precedente. Numeri che confermano la bontà delle nostre decisioni». Decisamente in aumento le domande anche a Umana: «Sono sempre di più le aziende che scelgono di affidarsi alle agenzie per la ricerca e la selezione del personale negli ultimi mesi. L'azienda cliente sa di poter contare su una selezione di qualità e può così delegare e dedicarsi al business», riscontra **Maria Raffaella Caprioglio**, vice presidente di Umana. Così come parla di un incremento del traffico **Lorella De Donatis** di Adhr, che precisa però come si tratti di un fenomeno di crescita costante delle richieste relative a figure specializzate e di esperienza: un target più difficile da reperire rispetto alle figure generiche di qualche anno fa. □

Pa.S.