

Complice la crisi dell'ultimo biennio, le società

Dall'interinale come le agenzie

*Pagine a cura
di DUILIO LUI*

La carta della specializzazione o la conversione in un servizio di consulenza a tutto tondo per le risorse umane. La crisi del



Stefano Giorgetti

biennio 2008-09 ha cambiato in profondità il mercato italiano delle agenzie per il lavoro. Imponendo profonde trasformazioni, che oggi cominciano a dare i primi frutti. Infatti, in uno scenario economico che resta pieno di incertezze e con la disoccupazione ai massimi del decennio, la somministrazione del lavoro è tornata a correre: secondo i dati dell'ultima rilevazione di Assolavoro (l'Associazione nazionale di categoria

delle agenzie per il lavoro), a luglio il numero medio mensile di interinali ha registrato un aumento del 20,5% anno su anno (i somministrati sono 252 mila nel mese di luglio, a fronte dei 209 mila dello stesso mese del 2009) e del 3,9% rispetto al mese precedente. In crescita anche il monte retributivo destagionalizzato, che mostra un sensibile aumento (+20%) rispetto allo stesso mese del 2009. I dati elaborati da Ebitemp (l'ente bilaterale per il lavoro temporaneo) invece indicano che la variazione congiunturale (mese su mese) è fortemente positiva, con un +7,7% rispetto a giugno. Positiva la performance delle giornate retribuite (dati destagionalizzati): circa 3,8 milioni a luglio, con una variazione tendenziale (anno su anno) del +25,8% e una congiunturale del +7,6%.

I livelli di due anni fa però sono ancora lontani e le agenzie per il lavoro stanno ancora uscendo dalle conseguenze della feroce guerra dei prezzi al ribasso combattuta nel 2009 per cercare di restare a galla. Uno scontro che ha portato, per contenere i costi, anche a un pesante ridimensionamento dell'occupazione di settore, con significativi tagli di dipen-

denti diretti delle agenzie.

Si affaccia il modello boutique. «Sono segnali di un mercato che ha svoltato in maniera netta, nonostante le previsioni negative di inizio anno», commenta Stefano Giorgetti, direttore generale di Kelly Services Italia. Agenzia emblema dei cambiamenti in atto nel mercato: «Dopo i due anni difficili della crisi economica, abbiamo avviato una riflessione, decidendo poi di mutare il nostro modello di business», aggiunge il manager. «Ci siamo trasformati in una boutique specializzata nella ricerca di profili tecnici, nella convinzione che il mercato continuerà a offrire buone opportunità alle società capaci di specializzarsi in segmenti di



Andrea Malacrida

ItaliaOggi7

L'INCHIESTA

scelgono ormai la carta della specializzazione

alla consulenza, cambiano volto

ricerca ben definiti». Dunque, meno competizione sui volumi e più focalizzazione per settori produttivi e profili professionali. «Questo cambiamento ha imposto modifiche sostanziali anche alla struttura della nostra azienda», precisa Giorgetti, «con un massiccio piano di formazione per riqualificare le risorse interne e renderle in grado di affrontare le nuove sfide».

Specializzazione anche per le agenzie più grandi. Anche tra le agenzie che non hanno rinunciato a presidiare l'intero territorio nazionale si sta facendo strada la carta della specializzazione. «L'anno in corso è stato caratterizzato dalla creazione di business unit verticali per comunità di candidati», spiega Andrea Malacrida, direttore commerciale di Adecco. «Ci siamo concentrati in particolare sui settori che mostrano l'andamento migliore sul fronte delle richieste, vale a dire il finance, il sales & marketing, l'it e il medicale». La ripresa della somministrazione, secondo il manager, è destinata a proseguire ancora per diverso tempo: «Oggi le aziende hanno una view di breve periodo e preferiscono

affidarsi alle agenzie per il lavoro con il timore che poi il ciclo economico possa tornare negativo, ma difficilmente lo scenario cambierà a breve», osserva. «Ma, anche guardando in un'ottica di medio periodo, andiamo verso uno scenario di



Cristiano Ianna

mercato che premierà sempre più la flessibilità». I cambiamenti passano anche dal Web, come dimostra il caso della stessa Adecco, che ha da poco rivisto il proprio sito Internet, integrando i contenuti con i social media come LinkedIn e Twitter, che stanno progressivamente vedendo crescere il proprio peso nel mercato del lavoro. A queste funzionalità si aggiunge l'applicazione gra-

tuita per iPhone «AdeccoJobs» che in termini di redemption è la terza applicazione di Adecco più scaricata al mondo. Nuovo anche il «Trova filiale», basato sul motore di ricerca Bing, che permette di visualizzare le mappe in visione su strada, panoramica o aerea, e calcolare l'itinerario di viaggio per raggiungere la filiale prescelta attraverso il sistema di geomapping.

Verso un ruolo di consulenza a tutto tondo. Anche per Metis l'anno in corso sarà ricordato come quello dei grandi cambiamenti: «Da una parte abbiamo creato divisioni per settori e business, a cominciare dalla green economy», commenta il direttore generale Cristiano Ianna. «Dall'altra stiamo evolvendo verso un ruolo di partner globale per le divisioni risorse umane delle aziende. Questo significa non limitarsi più a selezionare i candidati per la somministrazione, ma offrire anche servizi di consulenza, che mette in primo piano il ruolo della formazione per riqualificare le risorse e renderle all'altezza delle nuove sfide imposte dai mercati».

© Riproduzione riservata