



## Il futuro del placement in Italia tra le macerie della Borsa lavoro e le nuove frontiere del c.d. social recruitment

di Carlotta Piovesan

**Tag:** #BorsaContinuaNazionaleDelLavoro, #mercatodellavoro, #web2.0, #socialrecruitment.

È dal 1997 che, con l'abolizione del monopolio pubblico del collocamento, è obiettivo del Legislatore rendere più trasparente ed efficiente il mercato del lavoro: in questa direzione si sono difatti posti, in linea di piena continuità, sia il pacchetto Treu che la legge Biagi. Eppure, sebbene l'obiettivo della trasparenza ed efficienza del mercato del lavoro sia una tematica ampiamente condivisa, resta ancora un vero e proprio miraggio. Attualmente il mercato del lavoro risulta ancora fortemente opaco, nonché caratterizzato dalla presenza di una miriade di operatori non autorizzati che, usufruendo in modo efficace delle tecnologie informatiche e della rete, operano al limite, e non di rado, al di là della legalità.

All'inizio degli anni 2000, quando la Legge Biagi venne formulata e poi approvata, le *performances* del collocamento pubblico in Italia erano largamente insoddisfacenti rispetto agli altri Paesi europei: palese era come la presenza ingombrante della logica pubblicistica nel regolare l'incontro tra domanda ed offerta di lavoro contribuisse solamente ad irrigidire i meccanismi del mercato del lavoro. Analogamente, la mancanza di strumenti che, grazie anche alla rete e alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, facilitassero l'incontro tra datori e lavoratori non aiutava le opportunità di inserimento di coloro in cerca di occupazione.

Al fine di sopperire alla perdurante assenza di una rete informatica che collegasse datori e lavoratori e fosse in grado di standardizzare, condividere e convogliare tutte le informazioni in possesso degli operatori pubblici e privati presenti sul territorio nazionale, la Legge Biagi creò la Borsa Continua Nazionale del Lavoro, strumento che avrebbe dovuto contribuire alla nascita di un mercato del lavoro efficiente e trasparente. (M. Tiraboschi, *La Riforma Biagi del mercato del lavoro*, Giuffrè, 2004, pag. 575)

Lo schema del decreto legislativo puntava a creare un sistema aperto di incontro tra domanda ed offerta di lavoro che non ponesse vincoli, derivanti da regolazioni di natura regionale e nazionale, all'esercizio del diritto al lavoro, nel pieno rispetto dell'articolo 120 della Costituzione.

La Borsa Continua Nazionale del Lavoro, accessibile direttamente da parte di lavoratori e datori, avrebbe permesso di « inserire nuove candidature o richieste di personale direttamente e senza rivolgersi ad alcun intermediario da qualunque punto di rete attraverso gli accessi appositamente dedicati da tutti i soggetti pubblici e privati, autorizzati o accreditati ».

Nonostante l'ottica della Legge Biagi fosse quella di conferire al mercato del lavoro la massima libertà ed apertura, superando anche la ripartizione delle competenze fra Stato e Regioni grazie proprio alla possibilità conferita agli utenti di accedere direttamente alla Borsa Continua Nazionale del

Lavoro, il dibattito si aprì ben presto intorno alla tematica se fosse meglio che il sistema si sviluppasse sotto l'egida pubblicistica o meno.

Fu tuttavia con la direttiva del Ministero del Lavoro del 2005, in cui una visione ancora fortemente pubblicistica e monopolistica del mercato del lavoro prendeva il sopravvento, che si comprese in quale direzione si sarebbe sviluppata la Borsa Continua Nazionale del Lavoro. Con tale direttiva infatti, la Borsa Continua Nazionale del Lavoro diveniva un vero e proprio catalizzatore di ogni informazione presente sul mercato del lavoro: non però in un'ottica promozionale e incentivante, ma ancora una volta seguendo una impostazione vincolistica e inutilmente repressivo-sanzionatoria.

Arenatasi sulla titolarità dei dati, l'idea della Borsa nazionale del lavoro non ebbe più seguito se non nella versione edulcorata e largamente inadeguata di un semplice motore di ricerca delle vacanti presenti sulla rete.

Eppure, nello stesso arco di tempo in cui in Italia il dibattito ferveva intorno a tale tematica e si riproponevano schemi di controllo pubblicistici che pur avevano già dimostrato la loro fallacia, negli Stati Uniti d'America stava prendendo vita uno strumento che avrebbe rivoluzionato il modo di mettere in contatto le persone e, conseguentemente, avrebbe avuto riflessi anche nell'incontro tra domanda ed offerta sul mercato del lavoro.

La leggenda vuole che fosse il 2005 quando, nel corso di una sessione di *brainstorming* tra due aziende innovative come la O'Reilly Media e la MediaLive International, venne coniato il termine "web 2.0", espressione oramai entrata a far parte del nostro linguaggio quotidiano sebbene spesso utilizzata in modo inappropriato: era la nascita del *web 2.0*, potentissimo luogo di interazione e partecipazione che avrebbe permesso all'utente di essere un protagonista attivo della rete, e non più uno spettatore passivo come nel *web 1.0*.

In poco tempo il *web 2.0* permise la nascita dei *social media*, piattaforme collaborative sulle quali è possibile creare nuovi contenuti, nonché entrare in contatto con una vasta platea di persone.

Una nuova dimensione della rete internet, dunque, che non si limita alle relazioni sociali e si estende anzi rapidamente anche alle interazioni professionali e di lavoro. Non sorprende, dunque, che in poco tempo la dimensione del *web 2.0* abbia interessato i canali dell'incontro tra la domanda e l'offerta di lavoro che, soprattutto in Italia, hanno a lungo tardato a esprimere tutte le potenzialità della tecnologia, come bene dimostra la vicenda della Borsa Nazionale del Lavoro.

È dunque con il passaggio al *web 2.0* che si realizza il protagonismo degli attori del mercato del lavoro, ovvero lavoratori ed imprese, che possono oggi entrare in contatto secondo canali di rapidità, affidabilità e trasparenza fino a ieri inimmaginabili, uscendo inoltre da logiche di controllo pubblicistiche.

Il fenomeno del *social recruitment*, benchè sviluppatosi negli Stati Uniti già a partire dal 2009, sta iniziando da qualche tempo ad interessare anche l'Italia: questo strumento, nato al di fuori di qualsiasi logica pubblicistica volta ad avvolgere in una difficoltosa ragnatela di regole le dinamiche del mercato del lavoro già di per sé ingessate, potrebbe realizzare quel sistema aperto di incontro tra domanda ed offerta di lavoro auspicato ed immaginato dalla Legge Biagi.

È dunque chiaro come la vigente normativa sia oramai inadeguata ad interpretare e rappresentare le nuove modalità di incontro fra domanda ed offerta di lavoro che il *web 2.0* ha introdotto: pare quindi che la sfida lanciata dal *social recruitment* sia innanzitutto una sfida culturale più che tecnologica, dove il Legislatore, preso atto della rivoluzione copernicana messa in atto per il tramite, e grazie ai *social network*, sia destinato ad abbandonare l'ottica fortemente pubblicistica con la quale aveva gestito i precedenti strumenti di intermediazione, favorendo la costruzione di un mercato aperto e concorrenziale.

*Carlotta Piovesan*,  
ADAPT Junior Fellow

 @CarlottaPiovesa