



Incontro domanda e offerta di lavoro tra canali informali e *social recruiting*

di Silvia Spattini

Tag: #matching #serviziperlimpiego #agenzie #socialrecruiting

Partecipando ad un convegno, sono rimasta stupefatta davanti al direttore di una agenzia regionale per l'impiego di una importante regione che sosteneva la necessità di incentivare i canali informali (conoscenti, parenti, amici, fornitori) di incontro tra domanda e offerta di lavoro in quanto più efficaci dei canali formali (servizi pubblici per l'impiego, agenzie per il lavoro, scuole, università, ecc.), considerando che la stragrande maggioranza degli effettivi incontri avvengono secondo questa modalità.

Certamente non si può pretendere che tutti gli incontri tra domanda e offerta di lavoro avvengano attraverso canali formali e strutturati, tantomeno si può ostacolare modalità lecite di *matching*. Tuttavia l'informalità nell'incontro tra domanda e offerta di lavoro produce diversi effetti negativi. In particolare, non aiuta la trasparenza del mercato del lavoro riducendo la circolazione delle informazioni su domanda e offerta di lavoro e soprattutto nuoce alla qualità dell'incontro.

Un sistema nel quale gli incontri tra domanda e offerta di lavoro si realizza attraverso canali formali o strutturati è inoltre un sistema che garantisce maggiore equità e opportunità a tutti i lavoratori. Al contrario, un ambito in cui le assunzioni effettive avvengono attraverso le reti di conoscenze penalizza le persone che hanno uno scarso "capitale sociale", cioè che non possono contare su ampie reti relazionali, e che peraltro sono tendenzialmente i lavoratori maggiormente svantaggiati.

L'utilizzo delle reti di conoscenze è indubbiamente meno costoso degli operatori del mercato del lavoro. Inoltre, dà ai datori di lavoro maggiori assicurazioni sulla affidabilità della persona, non però sulle sue conoscenze e competenze, elementi rilevanti per comprendere se un lavoratore soddisfa i fabbisogni di professionalità espressi dall'azienda.

Forse anche per questo motivo cresce costantemente il *social recruiting*, cioè l'utilizzo dei *social media* quali canali di incontro tra domanda e offerta di lavoro. Benché non siano degli operatori del mercato e non possano essere considerati dei canali istituzionali, sono tuttavia in una certa misura canali strutturati che consentono un contatto diretto tra i lavoratori in cerca di occupazione e i datori di lavoro. Presentano gli aspetti positivi dei canali formali e informali. Infatti, da un lato consentono un'ampia diffusione delle informazioni su domanda e offerta di lavoro, facilitandone l'incontro, contribuendo così alla trasparenza del mercato e migliorando la qualità del *matching*.


Dall'altro lato, i *social media* funzionano come le reti di conoscenze, consentendo peraltro di ampliarle anche se soltanto a livello virtuale, incrementando peraltro l'instaurazione di quei "legami deboli" che risultano essere quelli più efficaci proprio nell'incontro tra domanda e offerta di lavoro. Inoltre, essi **permettono una verifica della reputazione e dell'affidabilità delle persone, come e forse meglio di quello che farebbero i conoscenti.**

In aggiunta, però, i *social media*, a differenza delle reti di conoscenze, aggiungono elementi fondamentali, tipici degli strumenti formali di incontro tra domanda e offerta di lavoro, come **la possibilità di acquisire informazioni sulle competenze e conoscenze dei lavoratori**, contenute nei profili degli utenti.

Insomma, l'ascesa del *social recruiting* è appena iniziata.

Silvia Spattini

Direttore e Senior Research Fellow di ADAPT

 @SilviaSpattini