



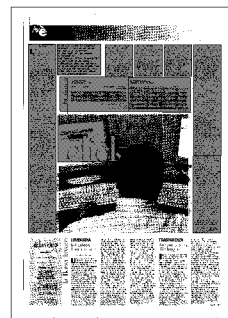
Sono sempre di più gli utenti di Internet che si servono dei siti specializzati per cercare un'occupazione o pubblicare un'inserzione. Nel dicembre 2004 soltanto il 13% usava il web, ora la quota è raddoppiata: oltre due milioni e mezzo le persone che si collegano ogni mese. E il mondo dei servizi legati alla ricerca di un impiego innova la propria offerta

DI DARIO BANFI

Le tecnologie Internet si dice siano arrivate alla seconda generazione, poiché consentono una maggiore partecipazione ed espressione degli individui che vogliono cercare nuove informazioni e contatti o desiderano scrivere, leggere, parlare di sé, condividere interessi e bisogni. Rispetto a qualche anno fa è più facile, oggi, trovare servizi "a misura", malleabili secondo le necessità degli utenti. Anche il mondo dei servizi *onlinededicati* alla ricerca di lavoro incomincia a dare segni di cambiamento, raccogliendo l'ottimismo che circonda la rivoluzione chiamata *Web 2.0*. È il caso di *JobRapido* (www.jobrapido.it), novità importante nel panorama italiano, che in breve tempo ha scalato la classifica italiana dei servizi più utilizzati per cercare lavoro. Non consente di presentare un proprio curriculum, ma esegue

ricerche su tutte le posizioni aperte in Italia e pubblicate su Internet. «Semplificando, è un motore che funziona come Google ma che cerca soltanto le offerte di lavoro per argomento e territorio - racconta Vito Lomele di *JobRapido* - e indicizza sia i normali siti di *recruiting*, sia le agenzie private e pubbliche per il lavoro, includendo anche gli annunci pubblicati direttamente dalle imprese presso i loro siti aziendali». Secondo Vito Lomele, il servizio è in grado di raggiungere così tutte le domande di lavoro presenti in Rete. Nel mese di dicembre 2006 *JobRapido* ha contato ben 37.380 nuovi annunci. La regione che ha messo *online* più opportunità è la Lombardia, con circa 12mila nuove inserzioni. A seguire ci sono l'Emilia-Romagna (4.500), il Veneto (4.300) e il Piemonte (3.600). Numeri così elevati incominciano ad attrarre lettori e inserzionisti al punto che il *web*, secondo la più recente indagine condotta della società

Metis, ha raggiunto giornali e periodici come fonte per la ricerca di lavoro. Se nel 2004 soltanto il 13% di chi era a caccia di opportunità usava il *web*, oggi la quota è arrivata al 26%. Nielsen//NetRatings quantifica questa popolazione di navigatori in 2,5 milioni di persone, pari al 12,83% degli utenti italiani che accedono a Internet. Ma a chi si rivolgono principalmente le offerte *online*? Le direzioni per cercare lavoro in Rete sono numerose. La pubblicazione di offerte comprende, infatti, tre grandi famiglie di "bacheche virtuali" ufficiali. Quelle delle Agenzie per il lavoro (pubbliche e private), i giornali telematici e i servizi di *job recruiting* che hanno un'attività esclusiva su



Internet. Come si può intuire, sono queste ultime le più sviluppate, ricche di offerte e attrattive per le imprese. In particolare, ai primi due posti della classifica redatta da Nielsen//NetRatings sui siti più frequentati e appartenenti alla categoria *Career development* compaiono sempre, alternando periodicamente il primato,

Monster.it (www.monster.it) e **Infojobs** (www.infojobs.it). Sono di stampo più classico rispetto a **JobRapido**, dedicati all'incontro domanda e offerta. Consentono cioè agli utenti di iscriversi, pubblicare un proprio profilo e candidarsi per posizioni aperte. Sono anche una vetrina per le imprese che possono agevolmente riprodurre annunci o consultare l'archivio delle candidature. «Le aziende oggi si affidano molto a Internet – spiega **Nicola Rossi**, responsabile di **Monster.it** –

basti pensare al fatto che quasi più nessuno considera i curricula mandati su carta. Ci si basa sempre di più sulla posta elettronica e sul web». Senza arrivare agli eccessi di società come **Google**, che sta progettando un *software* capace di scremare i curricula (ne riceve 100mila al mese) attraverso sistemi automatici di selezione, oggi quasi tutti i direttori delle risorse umane preferiscono ricevere *e-mail* rispetto alle normali lettere. «Le imprese hanno acquisito una buona confidenza con Internet. Apprezzano il fatto che si possano presentare offerte più articolate e per un tempo più lungo». I siti di *job recruiting* consentono anche una pubblicazione immediata e sicuramente più economica per

le imprese. Mentre la carta stampata mantiene il primato nella raccolta di inserzioni relative al cosiddetto "personale qualificato", Internet si è affermata nella ricerca dei profili di staff e di medio e bassa professionalità.

Nasconde comunque interessanti eccezioni. «I candidati presenti su **Monster.it** – continua Nicola Rossi – che hanno oltre 15 anni di esperienza superano il 10% del totale. Non è vero che mancano proposte per le alte professionalità. Per esempio c'è una posizione aperta oggi per un *European treasury manager* e non è certo un profilo basso». Questo ha convinto i maggiori operatori a investire nuove risorse per rilanciare i propri servizi. «A breve – spiega Nicola Rossi – su **Monster.it** nasceranno nuovi canali, come quello per segnalare i concorsi nella pubblica amministrazione, uno dedicato agli *over 40* e ai cosiddetti *blue collar*, un mercato non ancora ben coperto». Il portale ha raggiunto in questi giorni la considerevole cifra di 1 milione di curricula, 3.500 aziende clienti e una media di 26mila annunci. «Un milione è un traguardo importante, ma occorre ricordare che in Francia **Monster** sfiora cifre tre volte superiori. Il motivo? Una maggiore diffusione di Internet». A fianco del semplice sistema di *matching* tra domanda e offerta, i portali puntano anche all'informazione: suggerimenti su come compilare il cv, orientamento e in rari casi anche al *coaching* per sviluppare la propria carriera. Il secondo grande *player* italiano, **Infojobs**, ha deciso di arricchire i

servizi inserendo proprio nuovi contenuti e un *blog*, ovvero uno spazio informativo aperto alle domande e ai commenti dei visitatori. «Cerchiamo di fornire un aiuto a chi cerca lavoro, pubblicando approfondimenti e riflessioni su come affrontare colloqui, districarsi tra i diversi contratti, affrontare uno stage e altro ancora», spiega **Cristina**

Popper, country manager di Infojobs. Il portale, presente online da luglio del 2004, oggi conta 22.500 annunci e ben 19.300 aziende clienti, un numero elevato che si spiega con la possibilità per le imprese di immettere gratuitamente i propri annunci. «La ricerca nel database delle offerte – racconta Cristina Popper – è semplice e diretta. In *home page* proponiamo una lista dei primi 50 settori. All'inizio siamo partiti con i profili di informatica, ma oggi copriamo tutto il mercato del lavoro». A seguire, dopo questi operatori, vengono per numero di utenti, i canali dedicati al lavoro dei portali dei maggiori operatori di telecomunicazioni, come per esempio il canale **Alice Job** o **Tiscali Lavoro**, ma anche quelli dei maggiori quotidiani online, a partire da **Repubblica.it** e dal **Corriere della Sera**, che con il servizio **Trovo Lavoro**, è il terzo sito di *job recruiting* più visto d'Italia. A differenza dei precedenti, questi offrono numerosi strumenti aggiuntivi e integrano servizi di terze parti, utili per esempio per eseguire analisi dei livelli retributivi, trovare corsi di specializzazione, leggere la busta paga o eseguire test di autovalutazione.

in sintesi

I PRIMI CINQUE SITI DI JOB RECRUITING IN ITALIA

Nome	Indirizzo	Utenti al mese	% sul totale dei navigatori
InfoJobs	www.infojobs.it	835.000	4,20
Monster	www.monster.it	638.000	3,20
Trovo Lavoro	www.cerriere.it/lavoro	381.000	1,96
Jobrapido	www.jobrapido.it	382.000	1,91
Alice Job	lavoro.enimont.alice.it	339.000	1,73

Fonte: Nielsen//NetRatings, NetView
Dati "casa + ufficio"
Mese: Novembre 2006

NUOVI ANNUNCI PUBBLICATI SU INTERNET NEL DICEMBRE 2006

REGIONE	NUMERO	%	REGIONE	NUMERO	%
Lombardia	11.984	32,0%	Friuli V. G.	617	1,7%
Emilia Romagna	4.501	12,0%	Marche	554	1,5%
Veneto	4.271	11,4%	Sicilia	537	1,4%
Piemonte	3.598	9,6%	Umbria	537	1,4%
Lazio	3.510	9,4%	Abruzzo	482	1,3%
Toscana	1.956	5,2%	Sardegna	401	1,1%
Campania	1.058	2,9%	Valle d'Aosta	354	0,9%
Puglia	932	2,5%	Calabria	241	0,6%
Trentino A. A.	927	2,5%	Basilicata	179	0,5%
Liguria	640	1,7%	Molise	102	0,3%
TOTALE			37.389	100,0%	

Fonte: JobRapido