

DOSSIER ● agenzie per il lavoro

Onda di fiducia per il 2015

Nonostante le condizioni generali del paese, l'anno 2014 si chiude bene per le Apl, grazie a un maggior ricorso alla somministrazione, a servizi innovativi e all'apertura verso l'estero

Tra una riforma del lavoro e l'altra, le agenzie per il lavoro si sono negli anni rimboccate le maniche per coprire i buchi di sistema e offrire l'unico servizio di incrocio fra domanda e offerta che attualmente si può dire funzioni in Italia. Perché certo non funzionano gli oltre cinquecento centri per l'impiego sparsi sul territorio, che di tutti gli avviati al lavoro intermediano un imbarazzante 2 per cento. Adesso fra i vari aspetti del Jobs Act c'è, oltre all'istituzione di un'agenzia nazionale del lavoro, anche la delega per la riforma di questi centri, che dovrebbero diventare quello che non sono stati per decenni: efficienti. Viene da domandarsi se non sarebbe meglio lasciar perdere qualsiasi velleità della mano pubblica e affidarsi invece totalmente ai soggetti privati con le loro 2.500 agenzie, confidando sul forte incentivo che hanno per funzionare bene, vale a dire il profitto. «La cosa veramente importante – osserva **Stefano Scabbio**, amministratore delegato di Manpower Italia e da un paio di mesi eletto alla presidenza di **Assolavoro**, la principale associazione di categoria delle agenzie per il lavoro – è che si strutturi un modello in cui i servizi per il lavoro possano essere erogati in concorrenza tanto dai terminali pubblici quanto dalle agenzie private e che valga un identico sistema di remunerazione, interamente basato sui risultati di volta in volta conseguiti. La sfida della concorrenza sarà di beneficio per tutti, a partire dalle persone che cercano un lavoro».

Il 2014 chiude bene

Per le agenzie per il lavoro il 2014 è stato un anno positivo, non certo perché sia aumentato il Pil nazionale e con esso l'occupazione, piuttosto perché le aziende hanno fatto un maggiore ricorso alla somministrazione rispetto ad altre mo-

dalità di assunzione. Lo dimostra il caso della Lombardia, dove nel terzo trimestre 2014 le richieste di lavoratori interinali da parte delle imprese sono aumentate di

un 50% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con gli addetti al commercio a guidare la classifica con un sorprendente +160%, seguiti dai conduttori d'impianti con un +65 per cento. Per la prima volta dall'inizio della crisi, il numero medio mensile di lavoratori temporanei tramite agenzia ha superato la soglia, anche psicologica, dei 300mila. L'ultimo calcolo disponibile, effettuato a ottobre, indica in quasi 33 milioni le ore lavorate, un aumento del 10,5% su base annua. Cresce anche, pur di poco, il rapporto fra occupazione in somministrazione e occupazione totale, passando dall'1,29% di ottobre 2013 all'1,37% nello stesso mese 2014. «Percentuali ancora distanti rispetto alla media Ue, che è circa il doppio – commenta Scabbio –, ma che aprono a scenari di fiducia anche per il 2015».

Crescere è un obiettivo per tutti

«Abbiamo avuto meno clienti nuovi, ma i vecchi si sono ancor più fidelizzati» conferma Luigi Sposato, presidente di Eurointerim. 55 milioni di fatturato per la parte precipua di agenzia di lavoro, 60 milioni se si considera il resto dei servizi. «Un giro d'affari che intendiamo porta-

Assolavoro, vertici rinnovati

La nuova squadra alla guida di **Assolavoro** per il prossimo biennio vede alla presidenza **Stefano Scabbio**, eletto all'unanimità dall'assemblea. Lo affiancano Stefano Colli Lanzi come delegato alle politiche attive e ai rapporti con gli enti locali, Federico Vione per valorizzazione e promozione somministrazione, Giuseppe Garesio per alleanze e sinergie soggetti operanti nel mercato del lavoro, **Francesca Contardi** per marketing e comunicazione.



re a 80 milioni in questo nuovo anno», annuncia. Crescere è l'obiettivo primo di tutti gli operatori, come è fisiologico per qualsiasi attività, ognuno poi lo fa seguendo le proprie strade. Eurointerim, ad esempio, ha deciso di non partecipare alla guerra dei prezzi che è in corso da qualche anno, perché la considera un'operazione perdente in partenza. Così, mentre il mark up medio del settore è ormai sul 13-14%, il gruppo non scende oltre il 16%, convinto che i margini siano più importanti del fatturato in sé e che la gara al ribasso sia un'operazione

mortale. Un esempio concreto di questa impostazione è la chiusura della filiale di Napoli, che pure faceva sui tre milioni di fatturato, lavorando con una società del servizio di circumvesuviana. «Il problema – spiega Sposato – era che ci pagavano a sei-otto mesi, decisamente troppi, meglio troncarsi».

I guadagni vengono dall'estero

Meglio chiudere e aprire su altri fronti, come quello dell'internazionalizzazione, che è una strada obbligata per chiunque voglia fare business oggi: chi fa prodotto, perché i guadagni ormai vengono dai mercati esteri; per chi offre servizi btoB, perché i suoi clienti hanno bisogno di muoversi senza frontiere e chiedono supporto in tal senso. La divisione International del gruppo si muove allora aiutando, ad esempio, un gruppo di imprenditori trevigiani con il progetto di aprire una rete di pizzerie al taglio a Shanghai e trovando per loro location, macchinari, licenze e personale, tutto chiavi in mano. E poi c'è un altro servizio attivo dall'estate scorsa che cerca proprio di allargare il raggio d'azione dei piccoli artigiani, quelli che da soli non hanno né la forza né forse le capacità per distribuire ed essere presenti direttamente nei negozi dei vari mercati. È un problema facilmente aggirabile, perché il marketplace bravoitalia.it mette a disposizione una piattaforma interamente dedicata al made in Italy ed esclusivamente rivolta al mercato straniero, un portale diviso per tipologia di prodotti, dall'abbigliamento e accessori all'enogastronomia, e spinto attraverso un'azione mirata di indicizzazione sui motori di ricerca. All'artigiano non viene chiesto di rischiare nulla, perché il guadagno del portale è fatto di percentuali sul venduto e, d'altra parte, quando il business della piccola azienda si allarga perché il meccanismo funziona, a quel

punto essa avrà bisogno di nuova forza lavoro, che Eurointerim è ben felice di fornire. Il cerchio si chiude dunque con la soddisfazione di tutti i soggetti interessati, un tipico esempio di operazione win-win.

L'orientamento diventa un'iniziativa di Csr

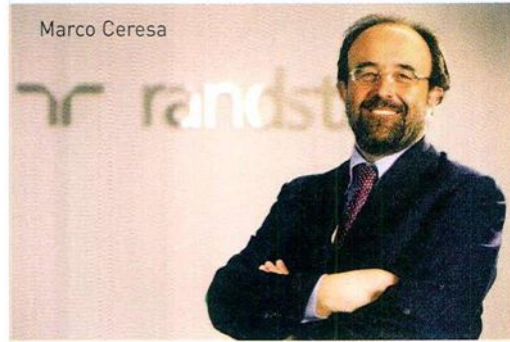
Chiude bene il 2014 anche un operatore importante come Randstad, multinazionale olandese presente in Italia con duecento filiali che nel nostro paese ha registrato un +12% di fatturato. Si confermano le tendenze degli ultimi anni, cioè l'allargamento dello spettro dei servizi offerti oltre il core business della somministrazione. «Cresce la ricerca e selezione e anche l'outplacement – conferma l'amministratore delegato, **Marco Ceresa** – e poi stiamo lavorando su dei programmi di orientamento che ci danno molte soddisfazioni, anche oltre l'aspetto economico». Il riferimento è ai servizi pensati per i figli dei dipendenti delle aziende clienti, ragazzi in età da diploma o neolaureati alle prese con l'impegnativo compito di scegliere cosa fare, dove andare, come muoversi. Che

l'orientamento sia un momento debole del nostro sistema scolastico non può dirsi una novità, anzi sono anni che la cosa è risaputa e pur tuttavia non si riesce a fare niente di risolutivo, forse non si vuole. Alla fine succede – ed è giusto così – che i privati si organizzino e riempiano i vuoti, insomma rimedino alle inefficienze del pubblico. Perché in un mondo che è diventato super competitivo non è proprio il caso di perder tempo andando dietro a ciò che non succede. Ecco dunque che un gruppo da 3mila dipendenti come Reale Mutua si affida a Randstad per organizzare degli incontri di orientamento a beneficio esclusivo dei figli dei dipendenti. Lo stesso ha fatto Bosch, 5.800 dipendenti in Italia. «Si parla tanto di corporate social responsibility – commenta Ceresa – e questo mi sembra un modo molto concreto per dare valore alle parole». Lo stesso concetto ribadito da Luigi Lana, direttore generale di Reale Mutua: «Abbiamo voluto integrare il nostro percorso di responsabilità sociale d'impresa dando un supporto concreto ai figli dei nostri dipendenti».



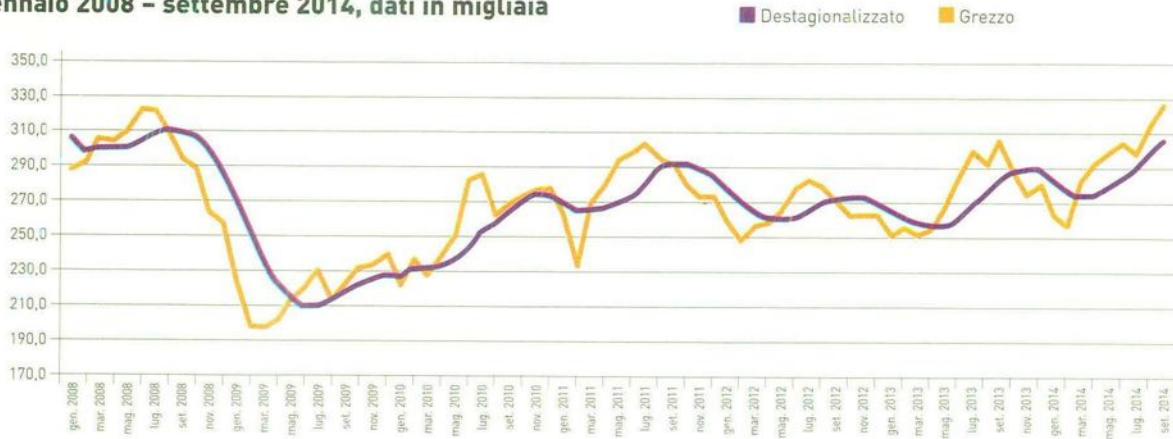


Stefano Scabbio



Marco Ceresa

Occupati interinali gennaio 2008 - settembre 2014, dati in migliaia



Fonte: Fhitama

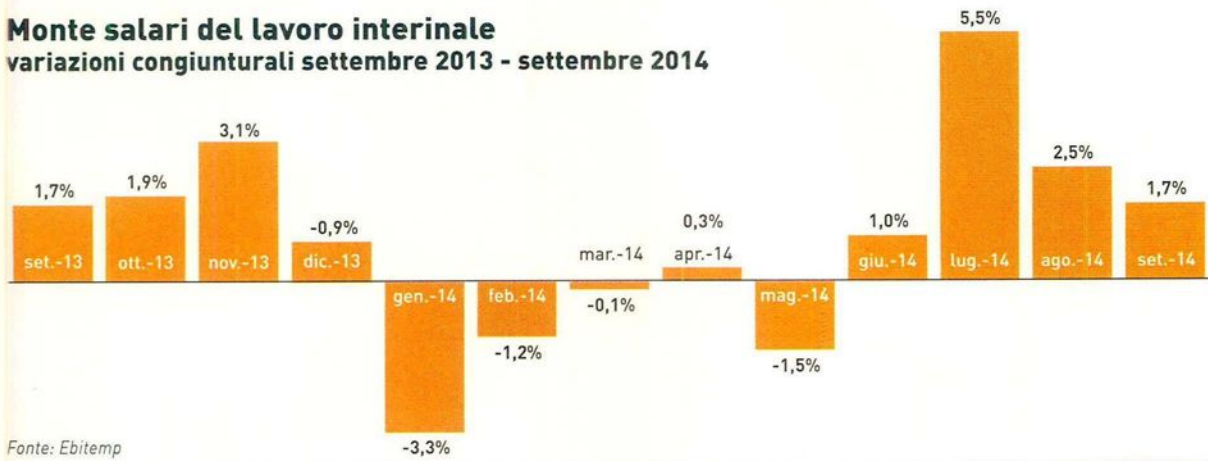
Richieste di lavoratori in somministrazione dal terzo trimestre 2013 al terzo trimestre 2014, variazioni percentuali per gruppo riferiti alla Lombardia



Fonte: Assolombarda



Monte salari del lavoro interinale variazioni congiunturali settembre 2013 - settembre 2014



Fonte: Ebitemp

