

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

Scarica il pdf 