

2. La domanda di lavoro attraverso le inserzioni sui giornali

di Elena Corsi

1. Premessa

In un mercato del lavoro sempre più complesso e segmentato, la rilevazione e l'analisi dei fabbisogni professionali assume un ruolo strategico¹ per favorire un miglior incontro tra domanda e offerta di lavoro.

Il monitoraggio dei fabbisogni professionali rappresenta quindi una delle attività principali per supportare le politiche del lavoro e per rendere più incisive le iniziative formative che, muovendosi da una più puntuale conoscenza delle esigenze del sistema delle imprese, potranno favorire una maggiore integrazione tra mondo produttivo e attori del sistema formativo.

L'analisi della domanda di lavoro, quale si manifesta attraverso molteplici canali, si può inoltre configurare come una forma concreta di comunicazione tra i diversi attori operanti nel mercato del lavoro, sia sul versante di chi offre che di chi cerca nuove opportunità di lavoro.

Il processo di incontro tra domanda e offerta di lavoro vede, infatti, all'opera una pluralità di soggetti. Da una parte vi è, ad esempio, chi è alla ricerca di un lavoro², sia esso inoccupato, disoccupato, occupato, dall'altro le imprese piccole, medie, grandi, nazionali e multinazionali alla ricerca di personale. A queste dovrebbero essere poi aggiunti una serie di operatori come le società di ricerca e selezione del personale, che svolgono tradizionalmente un'attività di mediazione per taluni segmenti di forza lavoro medio-alti.

¹ Il Sistema Informativo Excelsior, fondato su un'indagine annuale dei fabbisogni professionali delle imprese, si colloca ormai stabilmente nel quadro delle informazioni disponibili sul tema.

² Cfr. in questo rapporto: Bartoloni, E (2003), "Struttura ed evoluzione della disoccupazione in provincia di Milano", Cavicchini, E. e Lorenzi, E (2003), "I passaggi diretti, ovvero i lavoratori che cambiano occupazione".

Sul fronte della domanda di lavoro, i cambiamenti dei sistemi di produzione e dell'organizzazione del lavoro, l'utilizzo sempre maggiore di nuove tecnologie, lo spostamento progressivo verso un'industria connotata da un crescente livello di terziarizzazione implicita, comportano un mutamento delle esigenze degli imprenditori. Ne deriva conseguentemente un accrescimento della domanda di lavoratori sempre più competenti e qualificati, con un alto grado di capacità di adattamento e di mobilità funzionale.

Sul fronte dell'offerta, fattori demografici, socioculturali e strutturali stanno modificando radicalmente il profilo delle persone che partecipano attivamente al mercato del lavoro, con un tendenziale declino dei lavoratori manuali, una sempre maggiore partecipazione delle donne al mercato del lavoro e un progressivo innalzamento del livello medio di istruzione.

Nasce da queste osservazioni la necessità di un approccio alle problematiche del mondo del lavoro che “..faccia leva su quei meccanismi in grado di leggere tali cambiamenti e modulare conseguentemente gli interventi per favorire un efficace incontro tra domanda e offerta di lavoro e che rappresenta una condizione essenziale per un buon funzionamento del mercato del lavoro”³

Questo saggio intende fornire un contributo conoscitivo originale, anche se parziale, al tema della domanda di lavoro in provincia di Milano. Tale parzialità deriva in primo luogo dalla notoria scarsa rilevanza che i canali “formali” di ricerca di lavoro rivestono rispetto al totale delle persone che trovano un'occupazione o delle *vacancies* che vengono coperte. E' noto infatti come nel nostro Paese i canali di ricerca di lavoro siano ancora quelli informali e la conoscenza personale.

Ciò non di meno abbiamo ritenuto interessante cercare di condurre un approfondimento in questa direzione partendo dalla lettura delle inserzioni a modulo pubblicate sul *Corriere della Sera* e da quelle apparse sul sito della provincia di Milano nell'area dedicata alla banca dati lavoro *Sailor*; in questo modo abbiamo cercato di costituire un particolare punto di osservazione rispetto a quanto accade nella globalità della domanda di lavoro che consentisse di trarre indicazioni utili per capire verso quali professioni si orienta il mercato del lavoro provinciale e quali sono i settori che con più frequenza richiedono personale.

Si tratta di un contributo a carattere assolutamente sperimentale, che ha cercato tra l'altro di soddisfare esigenze in parte diverse.

³ Di Domenico G. e Monti G. (2003), “I servizi pubblici per l'impiego: il canale istituzionale”, in Mocavini A. e Paliotta A. P. (2003), *I canali di ricerca del personale tra tradizione e innovazione*, FrancoAngeli, Milano, pp. 115-137.

Con l'analisi delle inserzioni a modulo del Corriere della Sera si è tentato innanzitutto di restituire una descrizione della loro configurazione, ovvero quali sono le caratteristiche degli annunci dal punto di vista delle informazioni che contengono, relativamente alla posizione lavorativa offerta e all'azienda proponente. Dall'analisi di questi dati si è arrivati ad offrire uno spaccato, seppur parziale, di quella parte non trascurabile della domanda di lavoro dell'area milanese che transita attraverso questo canale.

Nella seconda parte verranno invece presi in esame gli annunci di lavoro apparsi su *Internet* nella sezione banca dati lavoro *Sailor* della Provincia di Milano. In questo caso, l'esame degli aspetti già evidenziati nella prima fase relativa alle inserzioni a modulo si è accompagnato ad un momento di valutazione del funzionamento della banca dati, cercando di offrire una serie di spunti che possano risultare utili per la gestione di un servizio pubblico dalle caratteristiche fortemente innovative.

2. Le inserzioni a modulo

I canali lungo i quali si muovono le azioni di reclutamento di un'impresa possono essere distinti tra interni ed esterni⁴. Le fonti interne sono importanti ma per loro natura limitate e devono essere integrate o sostituite da quelle esterne, potenzialmente illimitate (*cfr. Tab 1*).

Negli ultimi anni l'utilizzo delle offerte di lavoro a mezzo stampa è diventato uno strumento sempre più rilevante nella *job search*, nonostante il costo relativamente elevato che le imprese devono sopportare. Tale attività viene evidentemente percepita come un investimento per la ricerca di personale non altrimenti reperibile. I vantaggi che si ottengono dall'utilizzo di questo canale consistono sostanzialmente nella possibilità di raggiungere un numero di candidati potenzialmente alto e di operare una prima selezione in base al profilo espressamente richiesto in un tempo relativamente breve. Inoltre, il vincolo costituito dal fatto che rispondere a un'inserzione richiede tempo e un costo, seppur minimo, fa diminuire le risposte dei cosiddetti *jobseekers* passivi (che utilizzano preferibilmente il canale *Internet*).

Dall'analisi sulla concorrenzialità dei diversi canali di ricerca compiuta da alcuni ricercatori olandesi⁵ emerge inoltre come le inserzioni a modulo siano il canale più efficace per assumere chi è già occupato.

⁴Zerilli A. (a cura di) (1988), *Reclutamento, selezione e accoglimento del personale*, FrancoAngeli, Milano.

⁵Lindeboom M., et al. (1994), "The Extended Internal Labour Market", in *Cambridge Journal of Economics*, n. 8.

Tab.1- I canali di incontro tra domanda e offerta di lavoro⁶

| | |
|--|--|
| <i>Canali di ricerca relazionali</i> | Le reti di relazione |
| <i>Canali di ricerca di mercato</i> | -Inserzioni sui quotidiani -Agenzie di lavoro interinale -Società di ricerca e selezione del personale -Imprese concorrenti |
| <i>Canali di ricerca istituzionali</i> | -Servizi per l'impiego -Associazioni degli imprenditori, delle categorie professionali, dei sindacati e di altre associazioni locali -Istituzioni formative ed educative |
| <i>Altri canali di ricerca</i> | -Internet -Candidature spontanee -Trasferimenti e promozioni -Ricerche da <i>files</i> |

Un altro risultato che emerge dagli studi sui processi di *match* tra imprese e lavoratori⁷ è l'esistenza di una relazione negativa tra lo status delle posizioni lavorative e i canali informali utilizzati per accedervi, che spiega come la domanda di lavoro qualificato passi preferibilmente attraverso le inserzioni a stampa. Ancora, è in genere più probabile che la piccola impresa tenda a far maggiormente ricorso ai canali informali e all'utilizzo dei reticolati sociali; sono le grandi imprese a ricorrere molto di più alle inserzioni sui quotidiani, spesso finalizzando le selezioni alla creazione di una banca dati di riserva che consenta loro di poter disporre di una forza lavoro adeguata nel momento in cui si rendesse necessaria. Si ipotizza quindi che il canale degli annunci a mezzo stampa sia adoperato più dalla grande impresa, anche multinazionale piuttosto che dalla piccola, che l'azienda che vi fa ricorso sia innovativa, che competa sui mercati nazionali e internazionali, che abbia una organizzazione del personale strutturata, che presenti una certa stabilità occupazionale e che cerchi preferibilmente chi è già occupato⁸.

⁶ Mocavini A., Paliotta A. P. (2003), *I canali di ricerca del personale tra tradizione e innovazione*, cit..

⁷ Mardsen P.V., Campbell K.E. (1990), *Recruitment and Selection Processes: The organizational Side of Job Searches*, Cambridge University press, Cambridge.

⁸ Mocavini A., Paliotta A. (2000), *Job vacancies in Italia*, Monografie Isfol, n .6, Roma.

Gli annunci possono avere diverse dimensioni, e fanno riferimento ai moduli, unità di misura di superficie degli appositi spazi incorniciati presenti su quasi tutti i quotidiani italiani, in particolari giorni della settimana e su pagine *ad hoc*. Oltre alle inserzioni a modulo sui quotidiani appaiono i piccoli annunci che in genere riguardano una quota di lavoro sommerso, non ufficiale e di bassa qualificazione.

Le inserzioni si possono distinguere tra *dirette*, promosse cioè direttamente dall'azienda che cerca personale e *indirette*, fatte da agenzie o società specializzate che cercano personale per conto delle aziende. Inoltre possono essere *anonime*, quando non viene data nessuna indicazione sul nome dell'azienda che offre lavoro, o *identificate* quando viene esplicitato il nome dell'impresa richiedente.

Generalmente si compongono di quattro parti:

| | | |
|---|---|---|
| <i>Dati informativi sull'impresa</i> | ® | Denominazione, settore di attività, dimensioni, posizione sul mercato |
| <i>Posizione professionale richiesta</i> | ® | Funzioni, obiettivi, responsabilità, grado di autonomia |
| <i>Requisiti anagrafici e professionali richiesti</i> | ® | Genere, età, titolo di studio, esperienza maturata, conoscenza delle lingue, utilizzo computer... |
| <i>Offerta</i> | ® | Livello di inquadramento, retribuzione, tipo di rapporto contrattuale, sede di lavoro |

Vedremo più avanti come nella realtà queste informazioni, indispensabili per realizzare un efficace processo di selezione preliminare sia da parte dell'impresa che del lavoratore, risultino spesso carenti o poco precise.

A livello nazionale i dati relativi alle inserzioni a modulo vengono raccolti da Isfol in collaborazione con CSA (Centro statistica aziendale) di Firenze. La rilevazione viene effettuata fin dagli anni Ottanta, i dati sono disponibili in tempo reale e le osservazioni sono in numero tale da consentire un'approfondita analisi del mercato del lavoro.

Anche a livello regionale sono stati realizzati sistemi di monitoraggio della domanda di lavoro espressa dalle aziende a mezzo stampa⁹: Abruzzo Lavoro ha implementato una banca dati attiva dal maggio del 2002, che contiene gli annunci riferiti alla regione e pubblicati su quotidiani locali e nazionali. Il CITE (Centro Innovazione Tecnico Educativo) ha svolto per conto della Regione Lombardia una ricerca sulle figure professionali più richieste dal sistema di imprese di Milano e provincia attraverso l'analisi delle inserzioni su quotidiani nel primo semestre del 1999. In Liguria l'Osservatorio del Mercato del Lavoro dell'Agenzia Liguria Lavoro ha condotto nel corso del 2002 uno studio sperimentale sulla domanda di lavoro delle imprese liguri analizzata tramite le inserzioni sui giornali¹⁰, sviluppata da altre iniziative analoghe a cadenza semestrale e dallo sviluppo di servizi gestiti dalla Provincia di Genova¹¹. Per finire nella Regione Toscana è attiva, seppur in fase sperimentale, una banca dati delle offerte di lavoro a mezzo stampa dal luglio del 1999 e anche in questo caso l'implementazione è avvenuta a partire dalla rilevazione delle offerte di lavoro proposte dalle aziende, pubblicate su quotidiani locali e nazionali e che risultano essere inerenti il territorio regionale.

3. Le inserzioni a modulo del Corriere della Sera

L'analisi, sperimentale e di carattere puramente empirico, sulla domanda di lavoro riguardante il territorio della provincia di Milano si basa sulle richieste di lavoro apparse sul Corriere della Sera il venerdì dei mesi di marzo, aprile, maggio, giugno, settembre, ottobre e novembre. L'unità di rilevazione è rappresentata dal singolo annuncio, le cui informazioni sono state codificate e inserite in un database appositamente costruito¹². Questa modalità ci ha consentito da un lato di avere un'idea sufficientemente significativa del fenomeno nel suo complesso e dall'altro, data la quantità delle informazioni raccolte, di effettuare analisi disaggregate per requisiti richiesti, per settore di attività economica, per qualifica professionale. La rilevazione delle inserzioni a modulo presenta comunque un aspetto negativo non trascurabile: poiché ogni inserzione va letta molto

⁹ Gli studi citati sono stati scelti tra i più recenti e a puro titolo esemplificativo.

¹⁰ Osservatorio Mercato del Lavoro (2002), *Barometro delle professioni*, Agenzia Liguria Lavoro, Genova.

¹¹ Cfr.: Osservatorio Mercato del Lavoro (2002-2003), *Il Mercato del Lavoro in Liguria - Analisi dell'offerta tratta da Job Express*, Genova.

¹² Si ringraziano la Dott.ssa Annalisa Sommaruga, che ha eseguito, in tempi rapidissimi, la fase di raccolta e codifica dei dati e il personale della Biblioteca Comunale di V.le Tibaldi che ha messo a disposizione il materiale necessario.

attentamente per poter estrapolare e classificare le informazioni in essa contenute, questa operazione è risultata assai onerosa sia da un punto di vista quantitativo che qualitativo.

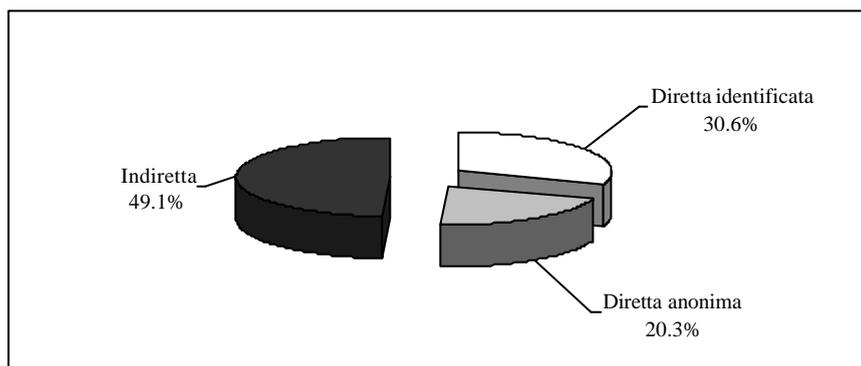
Nel periodo considerato il volume complessivo delle offerte di lavoro pubblicate¹³ è stato pari a 1747 annunci così suddivisi:

| Marzo ¹⁴ | Aprile | Maggio | Giugno | Settembre | Ottobre | Novembre |
|---------------------|--------|--------|--------|-----------|---------|----------|
| 119 | 299 | 321 | 281 | 275 | 236 | 216 |

Per quanto riguarda le modalità di pubblicazione, quasi il 50% delle inserzioni fa riferimento a società di ricerca e selezione del personale o a società di lavoro interinale.

Gli annunci campionati riflettono la presenza consistente di gruppi industriali stranieri, quale esito atteso di quei processi di acquisizione che negli ultimi anni caratterizzano le dinamiche economiche italiane: il 56,2% delle aziende che cercano personale sono infatti multinazionali che operano sul territorio nazionale.

Fig.1 – Modalità di pubblicazione



La distribuzione delle offerte di lavoro tra i diversi settori, anche se non può essere considerata rappresentativa, sembra comunque riflettere abbastanza fedelmente la struttura economica provinciale, specie se si tiene conto delle caratteristiche delle imprese che si servono del sistema delle inserzioni sui giornali. Il 56,9% delle richieste fanno infatti riferimento al

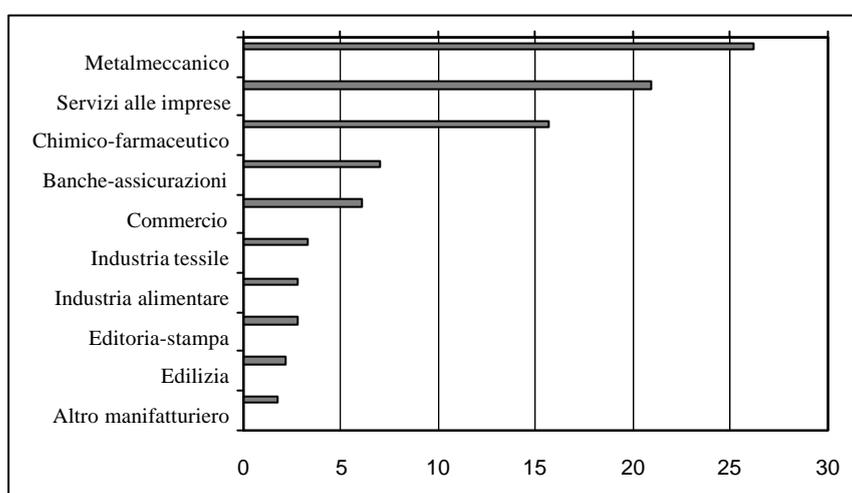
¹³ Sono stati presi in considerazione solo gli annunci in lingua italiana e nei quali la sede di lavoro prevista era la provincia di Milano.

¹⁴ Solo le ultime due settimane.

settore industriale, il 40,7% a quello dei servizi, mentre l'edilizia rappresenta il 2,4%, un dato che conferma come la domanda di lavoro in questo settore transiti quasi esclusivamente attraverso altri canali.

Esaminando nel dettaglio le opportunità occupazionali nei diversi settori produttivi è il metalmeccanico quello più rappresentato, con un totale di 401 inserzioni nell'arco temporale preso in esame. Seguono poi il comparto dei servizi alle imprese, quello chimico - farmaceutico e quello dell'intermediazione monetaria e finanziaria, alcuni dei quali sono stati fra i principali fattori di traino dell'economia provinciale, come si è visto anche nell'analisi degli avviamenti registrati nel 2002 dai Centri per l'Impiego¹⁵.

Fig. 2 – I primi 10 settori rappresentati nelle inserzioni



In particolare, per quanto riguarda il settore metalmeccanico, si tratta, nel 36,9% dei casi, di aziende appartenenti al comparto "forte" dell'economia provinciale, quello della fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici, ma emerge anche una domanda non irrilevante (20,4%) di quelle attività che abbiamo classificato tra i settori *science based*, quali la fabbricazione di apparecchi medicali e di precisione.

L'industria chimico - farmaceutica vede la prevalenza di questo secondo comparto, con una quota non trascurabile di aziende che operano nel campo delle biotecnologie.

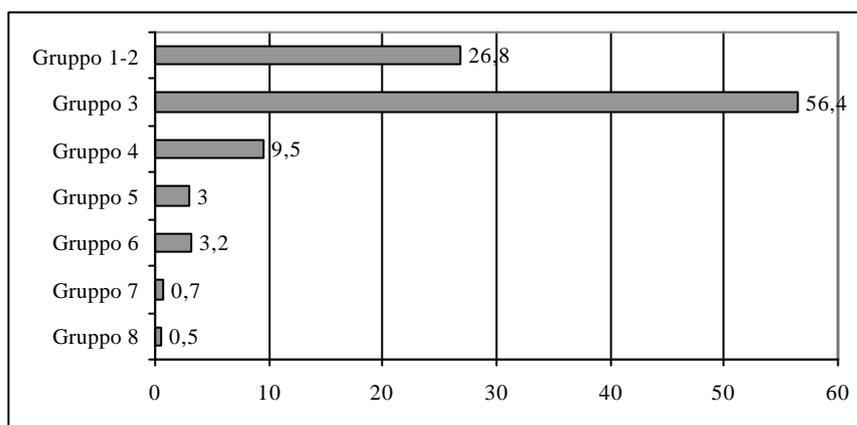
¹⁵ Cfr. in questo rapporto, Corsi, E. (2003), "Distribuzione settoriale, qualifiche professionali e modalità contrattuali della domanda di lavoro milanese: un'analisi sui dati dei Centri per l'Impiego".

Il settore dei servizi alle imprese esprime una domanda di lavoro fortemente polarizzata. Da un lato, infatti, si trova una quota rilevante di richieste per attività ad elevato contenuto professionale, tra cui spiccano quelle presentate da società di consulenza e studi professionali (24,8%) e da società di informatica (29,2%); dall'altro si manifesta la richiesta di servizi "bassi" che si traduce per lo più nella ricerca di personale addetto ai servizi di vigilanza e sorveglianza (8,2%).

L'analisi delle offerte di impiego per professioni permette di ottenere una graduatoria in cui sono indicate le professioni maggiormente richieste.

Utilizzando la classificazione Istat, si evidenzia la distribuzione illustrata dalla figura seguente:

Fig. 3 – Le professioni richieste secondo la classificazione Istat



Le professioni intermedie (tecnici, Gruppo 3) rappresentano la quota più consistente e sono infatti richieste nel 56,4% delle inserzioni rilevate. In questo gruppo troviamo le figure dei tecnici-programmatori, dei periti, tutte le figure intermedie di ufficio, amministrative e organizzative, i tecnici del *marketing* e della distribuzione commerciale, gli agenti e i rappresentanti di commercio.

Il 26,8% degli annunci esprime una richiesta di figure manageriali e dirigenziali: nell'85% dei casi dunque il canale dell'annuncio su quotidiano è utilizzato per la ricerca di personale a media ed alta qualifica, confermando così come sia una particolare tipologia di domanda di lavoro a transitare da questo mezzo, anche in considerazione del fatto che il *Corriere della Sera* è ritenuto non solo il quotidiano più diffuso sia a livello

nazionale che in provincia di Milano, ma rappresenta anche uno degli organi di stampa più prestigiosi.

Tab.2 – Numero inserzioni per professione (prime 10 figure richieste)

| | |
|--|-----|
| Manager/dirigenti | 217 |
| Impiegati direttivi | 214 |
| Venditori- <i>account</i> /agenti/promoter | 178 |
| Tecnici | 85 |
| Funzionari commerciali | 72 |
| Contabili e assimilati | 67 |
| Specialisti acquisti | 58 |
| Progettista-disegnatore | 52 |
| Analista programmatore | 46 |
| Consulenti | 21 |

Nel Gruppo 4 troviamo invece gli impiegati esecutivi, figure trasversali a tutti i settori. Come si vede dalla Fig. 3, i gruppi successivi possono essere considerati residuali, dato il loro scarso peso sul totale degli annunci monitorati: la ricerca di operai, anche se qualificati, di personale addetto alla vendita e alla ristorazione e di personale generico non è transitata, nel periodo considerato, attraverso questo canale¹⁶.

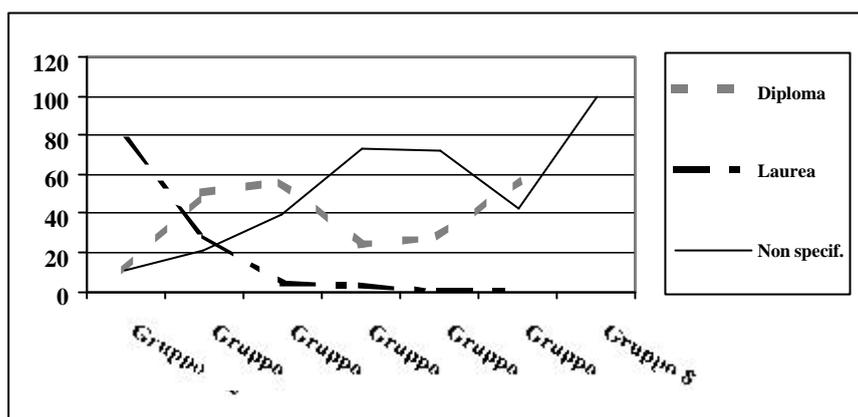
Un'analisi attenta delle inserzioni a modulo ci ha consentito anche di misurare il livello qualitativo della forza lavoro ricercata e gli orientamenti che guidano le aziende in questa attività. Per sviluppare tale ricerca abbiamo preso in esame quegli elementi che vengono generalmente inseriti negli annunci e esprimono la richiesta di precisi requisiti.

Partendo dal titolo di studio, si può notare innanzitutto che nel 30,3% dei casi non viene richiesto il possesso di un titolo di studio specifico. Ciò fa pensare che spesso le aziende, nella fase di reclutamento del personale, considerino il curriculum scolastico come un indicatore imperfetto per una corretta valutazione della reale professionalità di un lavoratore, mentre,

¹⁶ Come si vedrà nel paragrafo conclusivo, la composizione della domanda di lavoro è fortemente correlata al quotidiano (o comunque all'organo stampa) preso in esame. Sotto questo aspetto non possiamo che dolerci della scarsa collaborazione avuta da diversi organi di stampa interpellati, che non solo ci ha costretti a condurre un'indagine meno dettagliata di quella che avevamo originariamente ipotizzato, ma soprattutto non ci ha consentito di verificare appieno l'ipotesi (che è risultata poi confermata dall'analisi della Banca Dati *Sailor*) di una segmentazione del mercato del lavoro milanese anche nell'utilizzo dei diversi strumenti di ricerca del personale.

come vedremo, risulta sempre più spesso richiesta un'esperienza pregressa o la disponibilità a formarsi all'interno della singola azienda.

Fig. 4 – Richiesta di titolo di studio e qualifica



E' tuttavia interessante notare come la richiesta di un titolo di studio specifico sia inversamente correlata alla posizione ricercata. La Fig. 4 mostra chiaramente che, se nelle inserzioni per le qualifiche manageriali o dirigenziali (Gruppo 1-2) l'assenza delle informazioni sul titolo di studio riguarda solo l'11,1% degli annunci, questo dato tende ad aumentare per i gruppi successivi, fino ad arrivare al 100% per le richieste di figure professionali generiche. Fanno eccezione le figure industriali specializzate, per le quali viene ritenuta molto importante una precisa preparazione scolastica.

Dove indicato, il titolo di studio più richiesto è il diploma generico (41,7%), seguito dalle lauree ad indirizzo scientifico (21,5%).

Per quanto riguarda i titoli di studio più specifici, emerge come il mercato del lavoro sembri rivolgersi prevalentemente a qualifiche, diplomi e lauree inerenti l'ambito tecnico-scientifico o economico. Ciò vale tanto per i diplomi, tra i quali segnalano una prevalenza i diplomi tecnico commerciale e di ragioneria (il che indica come i titoli di studio dell'area amministrativo-contabile si confermino come un requisito molto spendibile sul mercato del lavoro), quanto per le lauree, tra le quali quelle ad indirizzo scientifico ed economico prevalgono nettamente su quelle di tipo umanistico-letterario.

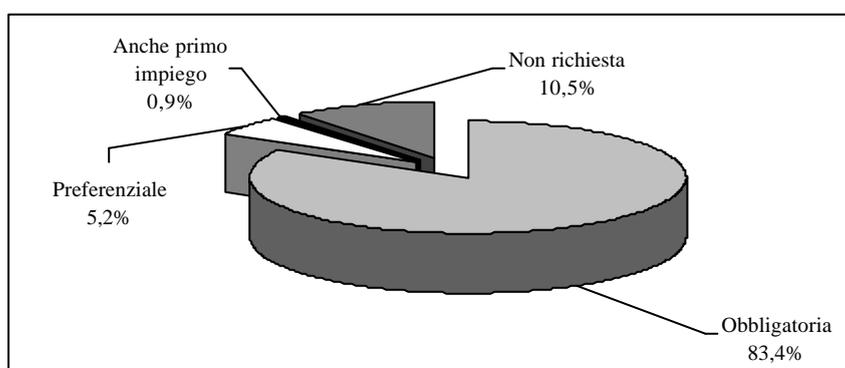
Tab. 3 – Titoli di studio richiesti

| Titolo di studio richiesto | % |
|--------------------------------|------|
| Diploma (generico) | 41.7 |
| Laurea scientifica | 21.5 |
| Laurea (generica) | 11,0 |
| Economia e commercio | 10.4 |
| Ragioneria | 5.3 |
| Diploma tecnico-amministrativo | 5.1 |
| Laurea umanistica | 2.2 |
| Altri diplomi | 2.5 |

Come si è già accennato poc'anzi, l'esperienza pregressa è ritenuta fondamentale dalla stragrande maggioranza delle aziende: solo il 10,5% non la indica espressamente tra i requisiti richiesti.

L'importanza attribuita alle precedenti esperienze lavorative conferma inoltre quanto sostenuto prima rispetto al *target* della forza lavoro ricercata: attraverso gli annunci a mezzo stampa pubblicati su quotidiani quali appunto il *Corriere della Sera*, le aziende in genere ricercano personale già occupato o comunque con un *background* lavorativo di una certa consistenza: soltanto nello 0,9% delle inserzioni si segnala infatti in modo esplicito la possibilità che si tratti di un primo impiego.

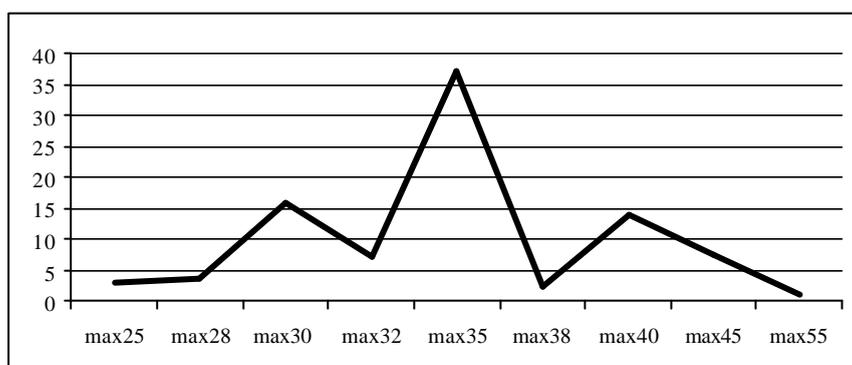
Fig. 5 - Richiesta di precedenti esperienze lavorative



Anche per quanto riguarda l'età, le inserzioni a modulo si presentano piuttosto indefinite. Non è richiesta un'età specifica nel 40% delle inserzioni, e, dove segnalata, si presenta generalmente come indicazione di un'età massima (o minima) prevista per la posizione ricercata.

Come si vede dalla Fig. 6, emergono tre picchi che sembrano rispondere ad altrettante esigenze aziendali: il primo, quello in corrispondenza di un'età massima di 30 anni (e in cui in genere non vengono richieste precedenti esperienze lavorative) coincide probabilmente con progetti di inserimento attraverso la modalità contrattuale della formazione-lavoro. Il secondo, quello più rappresentativo, delinea un profilo di lavoratore in linea con quanto fin qui descritto: con studi medio - alti e precedenti esperienze lavorative, ma ancora sufficientemente giovane. L'ultimo configura una tipologia che si discosta dalla precedente per un curriculum di servizio e esperienza professionale più lungo, requisito necessario nella selezione e ricerca di figure dirigenziali e manageriali di alto profilo.

Fig. 6 – Inserzioni e età massima richiesta



La globalizzazione dei mercati e la sempre crescente integrazione economica rendono la conoscenza delle lingue un elemento fondamentale per la collocazione nel mercato del lavoro, soprattutto per lavoratori con le caratteristiche e per le posizioni professionali che si sono andate fin qui delineando. La richiesta di conoscenze linguistiche è stata rilevata nel 48,8% degli annunci monitorati e riguarda quasi esclusivamente la lingua inglese, sola (75,5%) o con una seconda (20,8%). Il francese, che tradizionalmente rappresenta la seconda lingua internazionalmente riconosciuta, è richiesto come prioritario solo nel 2,5% dei casi, mentre cresce l'importanza di lingue parlate in Paesi che rappresentano nuovi, importanti mercati di sbocco.

Un altro elemento che caratterizza il mondo del lavoro attuale è la diffusione sempre crescente delle nuove tecnologie e infatti la capacità di utilizzo del computer viene espressamente richiesta in oltre il 40% delle inserzioni.

Abbiamo visto nella parte introduttiva come le inserzioni a modulo possono essere suddivise in quattro parti; restano dunque da analizzare gli aspetti che si riferiscono all'ultima, quella dell'offerta vera e propria, che dovrebbe indicare il livello di inquadramento, la retribuzione, il tipo di rapporto contrattuale, la sede di lavoro. Nella realtà abbiamo rilevato la presenza molto sporadica di questi elementi: solo la sede di lavoro viene specificata nella quasi totalità degli annunci e in particolare, nel nostro caso, si tratta di offerte per impieghi a Milano nel 70,9% dei casi e per il restante 29,1% nella provincia.

L'esposizione delle aziende sulle voci contrattuali e retributive, al contrario, è molto bassa, anche se spesso sono proprio questi aspetti che costituiscono la molla principale che può spingere a cambiare lavoro.

Vediamo nel dettaglio le informazioni che abbiamo rilevato nella nostra analisi: i dati sull'offerta retributiva compaiono solo nel 30,2% degli annunci e, inoltre, nei due terzi fanno riferimento ad una "retribuzione adeguata". Solo in tre casi viene specificato lo stipendio annuale, per il resto viene indicata la possibilità di un "fisso" (generico) con provvigioni, *benefits*, o premi di produzione¹⁷. Per quanto riguarda il contratto di assunzione, le indicazioni sono ancor meno presenti (7,2%) e lo troviamo segnalato quasi esclusivamente quando si tratta di incarichi di lavoro interinale (45,2%).

La ricerca di personale che transita attraverso il canale degli annunci a mezzo stampa, così come abbiamo potuto rilevare dal nostro campione, sembra quindi costituire la prima fase di un processo che prevede uno *screening* e un reclutamento iniziali. Trattandosi di un primo contatto tra domanda e offerta di lavoro, si basa fondamentalmente sulle caratteristiche anagrafiche e lavorative dei potenziali candidati. E' solo in un secondo momento, quello del colloquio e della selezione vera e propria che porterà alla scelta finale, che vengono esplicitati anche gli aspetti più "delicati" (è più passibili di contrattazione), quali quelli relativi alle modalità contrattuali e retributive.

4. Il canale Internet

L'attività di *recruiting on-line* è un fenomeno recente, fino ad oggi ancora poco studiato e monitorato. In un primo momento questa modalità di ricerca riguardava soltanto le figure specifiche del settore ICT. La

¹⁷ Questo pratica nella fase di ricerca di personale per lo più ad elevata qualifica sembra confermare l'importanza che le voci retributive variabili hanno assunto in questi anni nel mercato del lavoro milanese. Cfr. Fioni, A. (2003), *Retribuzioni di fatto nell'industria manifatturiera milanese*, Assolombarda, Milano.

diffusione dell'utilizzo della rete anche tra i non addetti ai lavori ha determinato un ampliamento del *target* di riferimento e, attualmente, attraverso Internet si diffonde una domanda di lavoro che, oltre alla *net-economy*, coinvolge tutti i settori produttivi.

I primi siti di reclutamento *on-line* nascono con l'intento di proporre alle aziende e ai potenziali candidati uno strumento nuovo per l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, riproducendo sulla rete la pubblicazione degli annunci di lavoro. I vantaggi dell'*on-line recruiting* consistono essenzialmente nella velocità delle risposte, nella riduzione dei costi di inserzione per quanto riguarda l'azienda e di risposta per quanto riguarda invece il candidato, nella continuità dell'annuncio che resta visibile sul *web* per un tempo più lungo rispetto all'inserzione su quotidiano, nell'estensione territoriale della fascia dei potenziali candidati.

Ciononostante, la novità dello strumento e la diffusione disomogenea della rete sul territorio lo rendono un canale cui le aziende ricorrono perlopiù come integrazione agli annunci sui quotidiani.

L'*e-recruiting* nasce in Italia nel 1995 con una società interamente italiana, Bancalavoro.com; l'ingresso di succursali appartenenti a multinazionali straniere risale invece al 1999 con Jobpilot e Stepstone, mentre nel 2001 la multinazionale americana leader del settore, Monster ha acquisito la nazionale Jobline. Attualmente quello del reclutamento *on-line* si presenta come un mercato molto competitivo e connotato da continui mutamenti, che si caratterizza per la presenza di alcuni operatori forti, la maggior parte dei quali appartenenti a società straniere.

Lo scambio di informazioni tra azienda e lavoratore può essere diretto o mediato. Nel primo caso l'azienda dispone, sul proprio sito, di una sezione dedicata alla domanda di lavoro, con il vantaggio di poter gestire direttamente e in tempo reale l'aggiornamento, la modifica e l'eliminazione delle posizioni aperte; nel secondo caso la diffusione dell'annuncio sulla rete avviene attraverso la gestione di intermediari, che possono essere di vario tipo.

Attualmente il mercato dell'incontro domanda-offerta attraverso la rete vede la compresenza di operatori privati e pubblici che gestiscono bacheche virtuali, portali, motori di ricerca e che operano a livelli territoriali diversi.

Sul versante dell'offerta privata si possono distinguere:

- i portali dedicati esclusivamente alla *job search* che dispongono di banche dati a livello nazionale e sono ormai in grado di offrire anche tutta una serie di servizi ad alto valore aggiunto, quali contenuti editoriali dedicati al mondo del lavoro e servizi di consulenza.

- le società di ricerca e selezione del personale e quelle di lavoro interinale, che utilizzano la rete non come modalità esclusiva ma come canale integrativo.
- i principali motori di ricerca e le versioni *on-line* di quotidiani e riviste, che dispongono, all'interno dei propri siti di aree dedicate a chi offre e cerca lavoro.

Per quanto riguarda i servizi *on-line* per il lavoro gestiti da istituzioni pubbliche, il discorso è più complesso. Allo stato attuale esiste, oltre ai siti delle categorie professionali e dei sindacati, tutta una serie di servizi per l'incontro tra domanda e offerta di lavoro che si concretizza nella presenza di banche dati territorialmente circoscritte, più o meno complete e aggiornate, consultabili dalle pagine *web* di Regioni, Province e Comuni e che basano la loro struttura su un proprio sistema informativo. La Banca Dati *Sailor*, presente nel sito della Provincia di Milano, rappresenta una di queste iniziative.

Ancora in fase sperimentale è invece la costituzione del SIL (Sistema Informativo Lavoro), previsto dal Libro Bianco sul Mercato del Lavoro, con il quale il Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali prevede di creare un sistema informatizzato, "...con carattere di unitarietà ed omogeneità, con il prevalente compito di definire gli standard e realizzare una rete unificata tra i vari livelli operativi..."¹⁸; l'obiettivo è dunque quello di mettere in rete soggetti pubblici e privati che operano nei servizi all'impiego, offrendo alle imprese e ai lavoratori una migliore fruizione dei servizi e mettendoli in condizione di poter interagire nel migliore dei modi. La seconda finalità che il SIL si pone, non meno importante, è quella di garantire il monitoraggio statistico dei fenomeni e delle politiche del lavoro.

Nelle pagine che seguiranno, verrà condotta un'analisi della summenzionata Banca Dati Lavoro *Sailor*, che si prefigge un duplice obiettivo; da un lato, infatti, verrà restituito un quadro della domanda di lavoro che transita attraverso questo canale, integrando in tal modo l'indagine condotta sulle inserzioni a modulo del *Corriere della Sera*; dall'altro si condurrà un esame della strutturazione e delle modalità di funzionamento di tale Banca Dati.

Lo scopo di questa parte dell'indagine qui condotta consiste nel segnalare gli eventuali punti di debolezza che possono renderne poco agevole l'utilizzo da parte degli utenti interessati e sminuirne le potenzialità

¹⁸ Ministero del lavoro e delle politiche sociali *Sil, Istruzioni per l'uso* in www.sil.welfare.gov.it

come fonte preziosa di raccolta dati per l'analisi dei fabbisogni lavorativi espressi dalla domanda delle imprese che operano sul territorio provinciale.

5. La banca dati lavoro *Sailor*

Il Sistema Informativo Lavoro Orientamento – *Sailor*, gestito dal Centro Informativo della Provincia di Milano, è un insieme di trenta banche dati costantemente aggiornate che contengono informazioni organizzate per centri di interesse: lavoro, cultura e tempo libero, orientamento scolastico e professionale, formazione e istruzione, associazionismo e volontariato, integrazione con l'Europa. *Sailor* è consultabile, oltre che dal sito della Provincia di Milano, anche in versione *off-line* presso gli Informagiovani, nei Centri per l'Impiego e negli altri servizi per l'impiego del territorio milanese.

Oggetto della nostra analisi è la banca dati che contiene gli annunci di lavoro riferiti al secondo semestre del 2002¹⁹. Per quanto riguarda la gestione di *Sailor*, la Provincia si avvale dell'attività di una cooperativa, che ha l'incarico di raccogliere, selezionare e inserire su supporto informatico, secondo una codifica *standard*, gli annunci di lavoro pubblicati dai principali quotidiani e da alcune testate a diffusione locale (nell'area provinciale milanese o nelle province limitrofe), con il vincolo di inserire i dati entro il giorno di pubblicazione dell'annuncio che rimane in linea per dieci giorni. Gli utenti dispongono in questo modo di una banca dati costantemente aggiornata dalla quale possono selezionare le offerte che ritengono più interessanti..

Tutti gli annunci transitati dalla banca dati lavoro, “bloccati” all'anno 2002, sono stati successivamente convertiti, con un apposito programma, in un *database* organizzato in modo tale da consentire una lettura dei dati con il programma di analisi statistica SPSS.²⁰

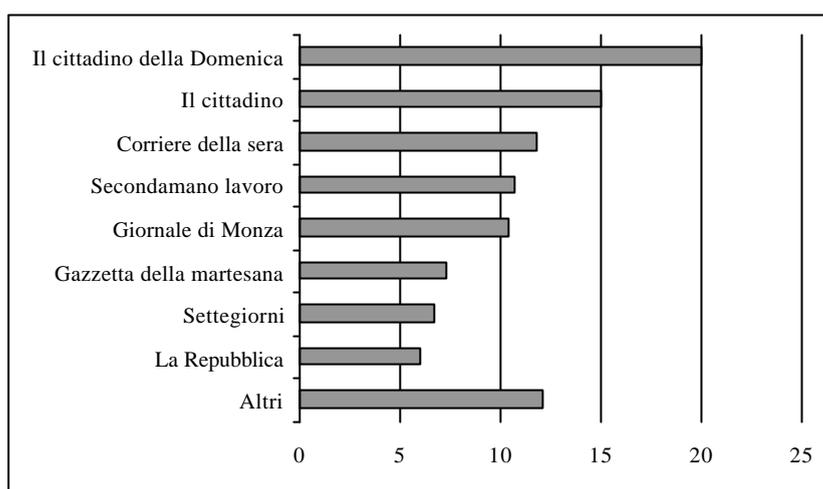
Vediamo innanzitutto le fonti principali dalle quali sono stati estrapolati gli annunci: questo dato ci fornisce un'interessante indicazione di carattere territoriale, ed evidenzia la capacità di questo servizio di andare oltre l'ambito strettamente metropolitano, estendendo e raccogliendo la domanda

¹⁹ Più precisamente dal 15 maggio 2002, per un totale di 7361 annunci.

²⁰ Rileviamo qui un primo punto di debolezza della banca dati *Sailor*: la sua conversione in un database leggibile e utilizzabile anche da altri programmi non è stata operazione facile e immediata. Una valorizzazione delle informazioni contenute nella banca dati, fonte preziosa per studi e analisi sul mercato del lavoro, dovrebbe in primo luogo prevedere una struttura più agevole da gestire, anche in previsione della possibilità di avere a disposizione una serie storica di dati abbastanza lunga da renderla un vero e proprio strumento di analisi congiunturale.

di lavoro che proviene anche da altri ambiti provinciali, in particolare dalla zona della Brianza e del Nord-Milano.

Fig. 7 – Principali testate utilizzate per la selezione degli annunci



Prima di passare all'analisi della domanda di lavoro espressa dalle aziende, riteniamo sia necessario soffermarci ad esaminare le caratteristiche di questo servizio, che pur avendo come base costitutiva le inserzioni pubblicate a mezzo stampa, si configura per le peculiarità come uno strumento informativo di reclutamento *on-line*.

Come già detto in precedenza, la banca dati *Sailor* è consultabile, oltre che dal sito della Provincia di Milano, anche presso tutti quegli enti e organismi pubblici e del privato sociale collegati con una rete telematica al Centro Servizi Informatici della Provincia.

Gli elementi che maggiormente contribuiscono alla qualità di un servizio *on-line* sono, oltre all'aspetto grafico, le modalità di accesso e di consultazione. Esaminando la *home page* del sito della Provincia di Milano, ad esempio, non si trova alcun logo, rimando o *link* alla Banca Dati *Sailor*; per arrivarci, infatti, è necessario effettuare una serie di passaggi.

temi> lavoro>politiche del lavoro>per chi cerca lavoro>offerte di lavoro

Alla fine la scelta può avvenire tra “banca dati annunci” e “bacheca news”. E' inevitabile pensare che forse un riferimento esplicito all'esistenza di questo servizio, attraverso un collegamento che avvenga direttamente se

non dalla *home page* del sito della Provincia, almeno dalla pagina Lavoro, ne renderebbe più rapida e immediata la consultazione e l'utilizzo.

Abbiamo visto che la banca dati annunci contiene una selezione degli annunci di lavoro pubblicati ogni settimana da quotidiani dell'area territoriale lombarda. La schermata che si apre contiene una serie di finestre che, con un menu a tendina, consente di selezionare le offerte in base alle seguenti variabili: provincia di lavoro, titolo di studio, fonte dell'annuncio, lingua conosciuta, data di pubblicazione. La compilazione di almeno una chiave di ricerca permette di ottenere un elenco di tutte le inserzioni corrispondenti ai criteri scelti. Selezionando uno specifico annuncio si apre una pagina nella quale compaiono tutte le informazioni dettagliate che ad esso si riferiscono, quali la qualifica offerta, il settore di attività dell'azienda, l'età minima e massima, il titolo di studio richiesto, le lingue straniere, la sede di lavoro, le modalità di contatto; inoltre, alla voce requisiti e note vengono segnalate anche altre informazioni quali la richiesta di esperienze precedenti, la disponibilità a turni, viaggi, ecc..

La compilazione della maschera per la ricerca iniziale è molto agevole e la comparsa degli annunci rapida; inoltre le inserzioni sono chiare e dettagliate e spesso danno la possibilità di rispondere direttamente collegandosi all'indirizzo internet della società selezionatrice.

Il punto debole di questo procedimento sta, a nostro avviso, nei criteri di selezione degli annunci, che si basano su poche variabili e ne trascurano altre importanti quali ad esempio l'età e la presenza di un'esperienza pregressa.

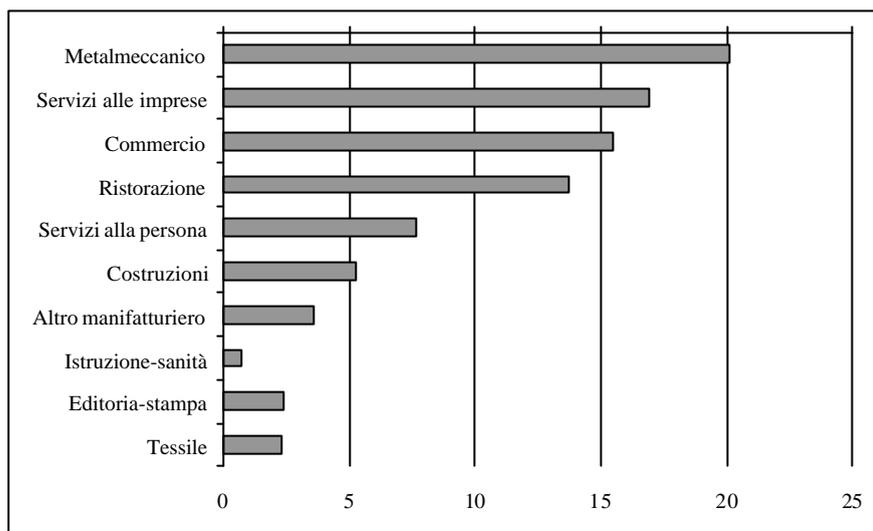
Oltre a costituire un servizio utile per i giovani in cerca di lavoro, *Sailor* può essere letta come fonte preziosa di dati per un'analisi dei fabbisogni lavorativi espressi dalle imprese che operano sul territorio provinciale, e in particolare (data la natura implicita del servizio), della domanda di lavoro rivolta ai giovani.

È per sperimentare l'efficacia di questo strumento che abbiamo qui di seguito condotto un esame di una delle principali voci che vengono raccolte in *Sailor*, ovvero quelle relative alla domanda di lavoro pubblicate sui giornali. Nelle pagine che seguiranno verranno succintamente restituiti i principali risultati dell'analisi di queste informazioni, utilizzando una metodologia di indagine che consenta poi una comparazione con la prima parte di questo contributo.

Il primo dato che si evidenzia mediante questa analisi è quello relativo alla provenienza delle offerte di lavoro per macrosettore, che evidenzia una netta prevalenza dei servizi (59,5%), contrariamente a quanto abbiamo visto analizzando la domanda espressa attraverso gli annunci a modulo.

Il maggior numero di annunci è però da attribuire al settore metalmeccanico, seguito, in ordine di opportunità occupazionali, dal settore dei servizi alle imprese, dal commercio, dalla ristorazione e dai servizi alla persona.

Fig. 8 – I primi 10 settori rappresentati nelle inserzioni



Per quanto riguarda il settore metalmeccanico, si tratta nel 74,1% dei casi di aziende appartenenti al comparto della *fabbricazione di macchine e apparecchi meccanici*, mentre il settore dei “servizi alle imprese” esprime una domanda di lavoro come sempre, mista: da un lato offerte per qualifiche impiegatizie, di livello più o meno elevato, provenienti da studi professionali di vario genere, dall’altro offerte di lavoro di società che si occupano delle attività di pulizia e vigilanza.

Non stupisce la notevole incidenza dei settori del commercio e della ristorazione, in quanto tradizionali collettori di forza lavoro giovane, e caratterizzati da un *turn-over* solitamente elevato, tale da necessitare una costante e consistente ricerca di personale.

L’analisi delle professioni richieste in questi annunci mostra la distribuzione evidenziata dalla Fig. 9, nella quale le categorie professionali sono raggruppate secondo la classificazione Istat.

Le professioni più rappresentate sono quelle esecutive relative all’amministrazione e gestione (Gruppo 4) e quelle intermedie (Gruppo 3),

Fig. 9 – Professioni richieste nelle inserzioni per gruppi

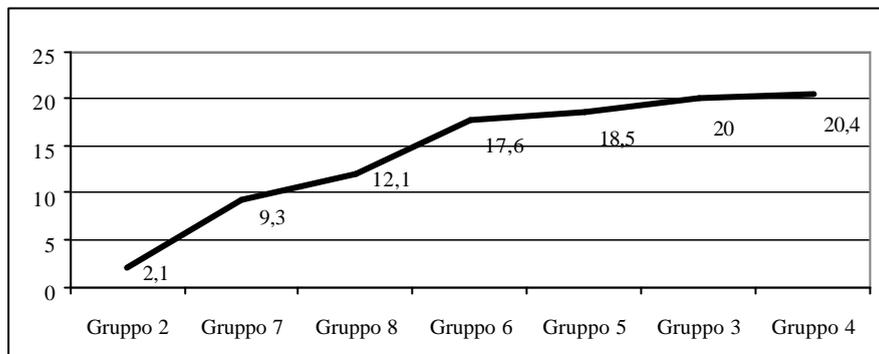
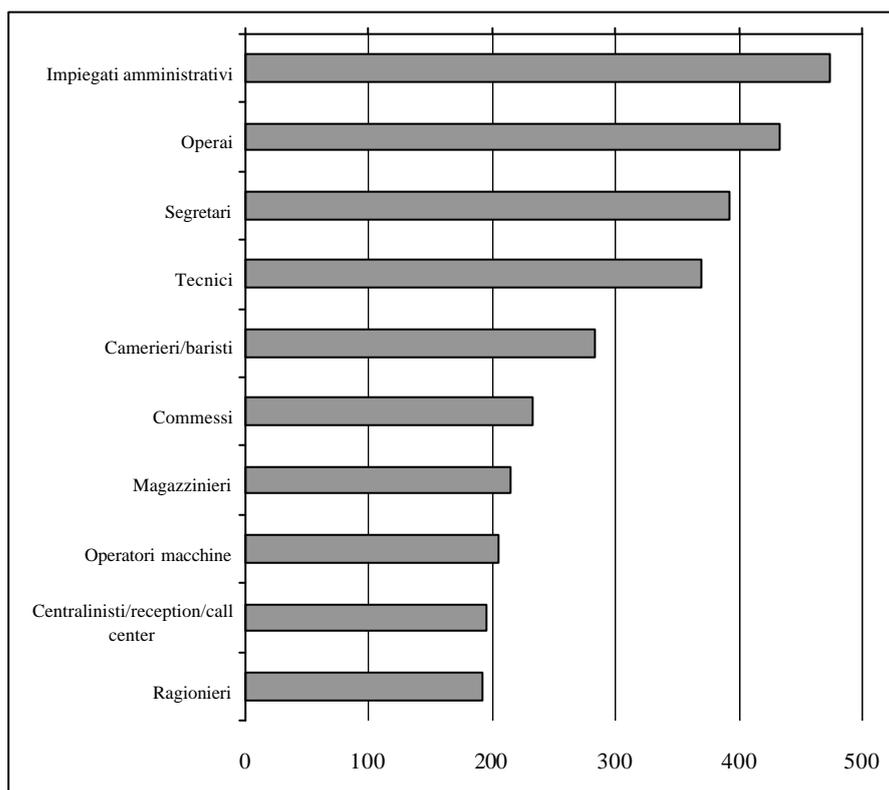


Fig. 10 - Numero di inserzioni per figura professionale (prime 10)

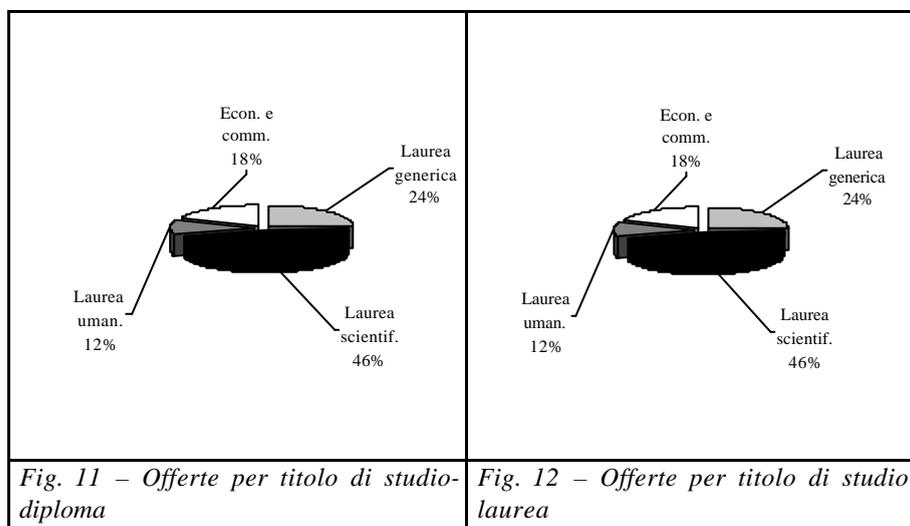


trasversali ai diversi settori produttivi e dei servizi. Attraverso queste richieste si individua, come si evidenzia nella Fig. 10, sia una consistente domanda di personale impiegatizio con funzioni specifiche in campo amministrativo, di personale di segreteria, di centralinisti e telefonisti sia una richiesta di professionisti quali ragionieri e tecnici .

Anche nel caso della banca dati *Sailor*, abbiamo analizzato altri elementi presenti nelle domande di lavoro, che possono fornire un'immagine più completa delle caratteristiche dei lavoratori richiesti dalle imprese del nostro campione.

La richiesta di un titolo di studio preciso è presente soltanto nel 12,7% degli annunci; questo si può senz'altro attribuire al fatto che molte domande fanno riferimento a situazioni lavorative per le quali il livello di istruzione, posto che i giovani cui si fa riferimento hanno in genere completato la scuola dell'obbligo, non risulta avere una particolare rilevanza. Possibilmente infatti in certi contesti contano di più la capacità e la disponibilità ad adattarsi o l'aver già maturato precedenti esperienze lavorative.

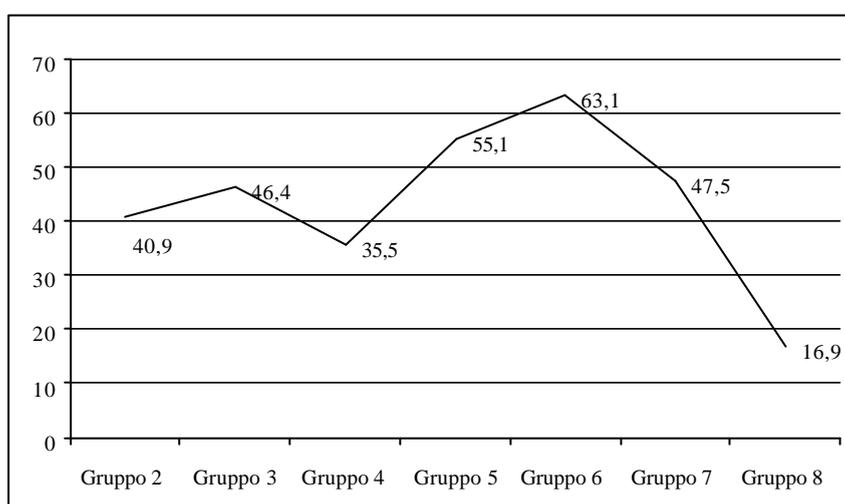
Dove viene indicato il titolo di studio di gran lunga più richiesto è il diploma (83,4%); la domanda di personale laureato si trova solo nell'11% degli annunci, la qualifica professionale nel 3,8% e il diploma di scuola media inferiore nell'1,7% dei casi.



Dall'analisi dei titoli emerge comunque che il mercato del lavoro in esame si rivolge quasi esclusivamente a qualifiche, che siano lauree o diplomi, inerenti l'ambito scientifico ed economico.

Rispetto alle esperienze lavorative precedenti, se ne rileva una precisa richiesta solo nel 26,7% degli annunci, anche se questa percentuale varia notevolmente in relazione alla qualifica professionale offerta: la figura seguente mostra, ad esempio, che per quanto riguarda le professioni dei Gruppi 5 e 6, il fatto di avere già maturato un'esperienza nel settore costituisce un requisito importante, che, tra l'altro, alleggerisce l'azienda di tutta una serie di attività formative che comportano un investimento in termini finanziari e organizzativi.

Fig. 13 – Richiesta di esperienza per gruppi professionali

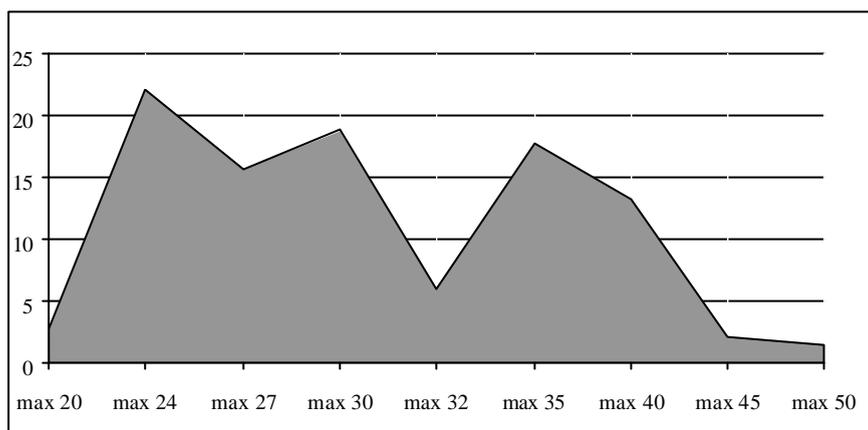


Anche per quanto riguarda la presenza del dato sull'età minima e massima del lavoratore cercato, si osserva che solo in poco più di un quinto degli annunci (21,8%) troviamo un riferimento specifico a questo dato anagrafico. Dove presente, ci restituisce una distribuzione che vede, anche a causa del fatto che *Sailor* si caratterizza come servizio per i giovani in cerca di lavoro, una quota consistente di offerte indirizzate a giovani sotto i 28 anni.

Come già nella analisi della domanda di lavoro presente sul *Corriere della Sera*, anche in questo caso si rileva, nella stragrande maggioranza dei casi, la scarsa presenza di richieste esplicite rispetto ad una serie particolari competenze (conoscenza delle lingue, utilizzo del computer, possesso di

patente e veicolo, disponibilità per viaggi e trasferte). Certamente su questo dato influisce anche la tipologia delle offerte presenti nella selezione di *Sailor*, che abbiamo visto essere caratterizzate, in numero consistente, da proposte per incarichi lavorativi a medio - bassa qualificazione, e che dunque non necessitano di particolari requisiti fortemente professionalizzanti.

Fig. 14 – Età dei lavoratori richiesti



La conoscenza di una lingua straniera, ad esempio, è esplicita solo nel 10,3% dei casi, ma questa percentuale sale al 32% tra gli annunci che riguardano le qualifiche più alte (Gruppo 2). Rispetto al dato generale, il 2,2% fa riferimento semplicemente ad una richiesta generica di “conoscenza di una lingua straniera”, mentre la conoscenza dell’inglese è richiesta nel 74% dei casi.

La stessa dinamica è presente nell’indicazione che fa riferimento alla capacità di utilizzo di strumenti informatici: a fronte di un esiguo numero di richieste (16,6%) a livello generale, le inserzioni dirette a personale impiegatizio/amministrativo (Gruppo 4) richiedono esplicitamente questo requisito nel 22,9% dei casi.

La quasi totale assenza di informazioni che riguardano gli aspetti di definizione contrattuale e salariale mostra al contrario una diffusione omogenea e sembra non evidenziare alcun tipo di correlazione con la tipologia di incarico proposta, a conferma del fatto che la modalità di ricerca di personale attraverso la stampa si configura perlopiù come un primo momento di contatto, nella quale l’azienda effettua un reclutamento

quasi esclusivamente sulla base della rispondenza tra competenza cercata e profilo del lavoratore.

6. Conclusioni

Le basi informative che hanno costituito il punto di partenza delle analisi fin qui effettuate, se per i loro caratteri peculiari intrinseci non ci consentono di trarre conclusioni generalizzabili, forniscono comunque delle interessanti indicazioni per la lettura di due facce differenti di uno stesso mondo, che è quello della domanda di lavoro provinciale che transita attraverso particolari canali di mercato, quello della stampa e quello di Internet. Un accostamento peraltro reso possibile dal fatto che la selezione degli annunci che appare su *Sailor* parte anch'essa da inserzioni pubblicate su quotidiani.

Anche se le due analisi sono state condotte in modo del tutto indipendente, una comparazione qualitativa *ex post* dei risultati compone un'immagine complessiva che contribuisce a delineare le caratteristiche principali della domanda di lavoro provinciale.

La considerazione più immediata riguarda la complementarità dei risultati emersi, dovuta principalmente all'esistenza di una forte differenza sia a livello di fonte che di utenza. Da una lato un quotidiano con un *target* di lettori generalmente alto, nel quale la domanda di lavoro viene conseguentemente indirizzata alla ricerca di persone già occupate che vogliono cambiare impiego o comunque a personale con livello e qualifiche medio-alte; dall'altro un servizio per i giovani in cerca di lavoro, spesso primi impieghi, che basa la sua selezione sull'estrazione di annunci da quotidiani spesso diffusi capillarmente ma solo a livello provinciale.

Il risultato, al di là del carattere sperimentale dell'indagine, è in grado comunque di restituirci in questo modo quali sono le caratteristiche della domanda di lavoro che riguarda sia il lato "forte" che quello "debole" del mercato del lavoro.

A livello esemplificativo, per quanto riguarda i settori, vediamo che le richieste maggiori di personale, indipendentemente dal tipo di forza lavoro richiesta, vengono dalle attività tradizionalmente "forti" dell'economia provinciale milanese. Rispetto alle qualifiche, oltre alla presenza di figure professionali di alto livello, per le quali la ricerca attraverso le inserzioni su quotidiano è pratica abbastanza radicata, è interessante notare l'emergere della domanda legata alle figure operaie, generiche e qualificate.

Tab 4 – Principali caratteristiche della domanda di lavoro. Confronto “Corriere della Sera-Sailor”

| | <i>Corriere della Sera</i> | <i>Sailor</i> |
|----------------------|--|--|
| Settori | Metalemeccanico Servizi alti alle imprese Chimico-farmaceutico Banche-assicurazioni | Metalmecanico Servizi bassi alle imprese Commercio Ristorazione |
| Qualifiche | Gruppo 3 Gruppo 2 Gruppo 4 | Gruppo 4 Gruppo 3 Gruppo 5 |
| Figure professionali | Manager Tecnici-Impiegati direttivi | Impiegati amministrat. Operai |
| Titolo di studio | Laurea :41.9% | Laurea: 11% |
| Esperienza | Non richiesta: 10,5% | Non richiesta: 73,3% |
| Eta' | Max 35 | Max 24 |
| Lingue | Richieste: 48,8% | Richieste: 10,3% |
| Conoscenza PC | Richiesta 40% | Richiesta 16,6% |

E se per un verso è vero che la domanda di lavoro ormai non può prescindere dal ritenere fondamentali alcuni elementi quali un elevato titolo di studio, la conoscenza delle lingue e l'utilizzo degli strumenti informatici, dall'altro vediamo come esista anche una richiesta per quelle figure a bassa specializzazione per le quali il livello di istruzione inteso nel senso più ampio ha un'importanza trascurabile, dove contano di più altre caratteristiche quali ad esempio la disponibilità ad adattarsi alla flessibilità richiesta dalle forme organizzative del commercio e della ristorazione.

Poiché un'inserzione costituisce un'iniziativa reale presa dall'azienda, con un costo che può essere anche molto rilevante, le indicazioni che emergono dall'analisi di questi dati possono essere considerate indicatori effettivi della ricerca di manodopera, da un punto di vista quantitativo e qualitativo. La disponibilità di queste informazioni a livello provinciale costituisce dunque una fonte importante per un approfondimento delle

caratteristiche della domanda e dell'offerta di lavoro, e può fornire utili indicazioni agli operatori della formazione, per i quali le continue evoluzioni del mercato del lavoro devono costituire un elemento fondamentale della programmazione.

A conferma dell'importanza che riveste la possibilità di avere un quadro dettagliato della situazione del mercato, segnaliamo la recentissima nascita di un portale regionale lombardo che, anticipando quello che si vuole introdurre a livello nazionale (SIL), dovrebbe entrare in funzione nel gennaio 2004. L'obiettivo è quello di integrare in un unico maxi-sistema informatizzato l'intero mercato del lavoro lombardo, sia pubblico (Centri per l'Impiego) che privato, in maniera tale da mettere in contatto tutta la domanda con tutta l'offerta di lavoro esistenti²¹.

²¹ Cremonesi M. (2003), "Lombardia: domanda e offerta si incontreranno in rete", in *Corriere Tecnologie*, Milano, 7 luglio.