



Sono ormai quarant'anni che faccio il comunicatore. Ma l'esperienza come quella di *Occupati*, la pagina *facebook* dei Centri per l'Impiego della Provincia di Foggia, ha rappresentato un fatto nuovo, per alcuni versi entusiasmante. Mi occupo della pagina in quanto dirigente del Settore Politiche del Lavoro dell'amministrazione di Palazzo Dogana, assieme ad una squadra determinata e coinvolta (Umberto Romaniello, autore del logo e della grafica, Palmiro Fragassi, Giuseppe Del Mauro, Vincenzo Mele e Domenico Tozzi). È un progetto giovane, avviato soltanto da un mese. A stupirmi e ad intrigarmi è come l'iniziativa sia riuscita a produrre comunicazione autentica, in un settore, come quello del lavoro, in cui l'informazione, lo scambio, la relazione sono decisivi per far incontrare domanda e offerta.

Non è solo una questione di cifre, anche se 1.475 "mi piace", 1.303 persone coinvolte, 4.536 clic, una portata totale pari a 26.672 (si tratta del numero di persone che ha visualizzato le attività della pagina, inclusi post, post di altre persone, menzioni e registrazioni) sono numeri sorprendenti. Ho sempre ritenuto che l'efficacia della comunicazione non possa essere stabilita dagli indici di ascolto, trattandosi di processi profondi che mettono in gioco la qualità.

Ma è proprio la qualità del processo azionato da *Occupati* a stupirmi. In un mese, ho capito del mercato del lavoro in Capitanata assai più di quanto non sarei riuscito ad ottenere partecipando a convegni, seminari o leggendo studi statistici approfonditi.

È questa la vera potenza della rete: riuscire a cogliere i processi non solo in termini di quantità ma pure in termini di qualità, sempre che ci si immerga, si riesca a leggere i contesti...

Il contesto è quello raccontato e svelato dalle offerte pubblicate, dalla loro tipologia e dalla loro origine.

In un mese di attività, *Occupati* ha pubblicato, per quanto riguarda il mercato del lavoro in Capitanata, una settantina di offerte, per un centinaio di posti di lavoro. Non è una cifra mostruosa, ma è pur sempre significativa, sufficiente a smentire il luogo comune che vuole

che da noi non c'è lavoro.

L'audience elevatissima totalizzata dagli annunci (i post che quotidianamente sintetizzano le offerte del giorno e che vengono diffusi anche in diversi gruppi locali, totalizzano più di mille "viste" ciascuno) dimostra, a sua volta, che vi è un'elevata domanda di informazione sul lavoro e sulle sue opportunità. Una domanda che non viene forse soddisfatta come si dovrebbe, ma questo è un altro discorso, su cui però varrebbe la pena riflettere, alla vigilia dell'ennesima riforma dei servizi pubblici del lavoro.

C'è dunque una certa offerta, snello stesso tempo, un'enorme domanda. Il problema vero è come fare che s'incontrino, e con successo.

L'ultimo rapporto *Excelsior* segnala, per quanto riguarda il mercato del lavoro in provincia di Foggia, una situazione inquietante: se da un lato il saldo occupazionale è negativo (i posti che vengono persi per licenziamento o chiusura aziendale superano le assunzioni), dall'altro le imprese denunciano difficoltà nel reperimento di manodopera adeguata alle nuove necessità. Da un lato, c'è insomma un gap di informazione che impedisce all'offerta e alla domanda di lavoro di incontrarsi, dall'altro vi sono difficoltà dovute a quello che i tecnici definiscono *mismatch*, cattivo incrocio: le esigenze di quanti offrono lavoro non combaciano con le professionalità, le specializzazioni di quanti lo cercano.

La pagina *Occupati* è nata con l'obiettivo di essere un enzima che faciliti l'approccio, almeno al primo livello del problema, quello che riguarda una corretta e tempestiva informazione sulle opportunità offerte dal mercato. Un primo, significativo risultato (in termini di quantità e di qualità) è l'essere riusciti ad aggregare le offerte, a mostrare che il lavoro c'è. Poco, instabile, precario, ma c'è. Per scovare le diverse offerte non sono state utilizzate ricette miracolose, né particolari bacchette magiche, ma tanto olio di gomito, attraverso il quotidiano monitoraggio dei tantissimi siti e motori di ricerca specializzati.

L'esperienza del trasferimento nelle reti sociali di comportamenti in precedenza "analogici" ha dato risultati sorprendenti anche in termini di maggior conoscenza dei fenomeni, rivelando alcuni aspetti originali, che inducono ad altre riflessioni su come si formi l'informazione sul lavoro, sulla necessità di potenziare, in questo senso, il ruolo dei Centri per l'Impiego.

Analizzando la provenienza delle offerte è possibile, per esempio, disegnare un quadro piuttosto preciso del modo con cui le aziende si presentano sul mercato del lavoro, per trovare la manodopera di cui hanno bisogno. Disaggregando le diverse offerte, si ha la

seguinte situazione: il 40% circa giunge da *Cliclavoro*, il portale del ministero che ha proprio l'obiettivo di fungere da aggregatore e di favorire l'incontro tra offerta e domanda; un altro 40 per cento arriva invece da autonome iniziative delle aziende, che scelgono di pubblicare le loro offerte su siti più o meno specializzati, il restante 20% proviene dalle agenzie interinali, praticamente nessuna dai Centri per l'Impiego, che pagano lo scotto di una riforma del lavoro che ha allontanato ogni possibilità di contatto diretto con le aziende. Il rischio del corto circuito è evidente: il mercato del lavoro cammina per suo conto, senza che i suoi principali attori - le imprese, i disoccupati, le agenzie pubbliche e private che dovrebbero favorirne l'incontro - riescano ad incontrarsi, come sarebbe il caso. Ma il circolo vizioso potrebbe essere spezzato, e trasformato in un circolo virtuoso proprio approfittando delle straordinarie opportunità offerte dalla rete e dal social network.

I servizi pubblici per l'impiego, i Centri territoriali possono puntare a recuperare il terreno perduto, proprio puntando sulla rete, che facilita i contatti con l'utenza. La pagina facebook comincia a dare risultati anche in questo senso, rivelandosi un utile strumento anche per quanto riguarda la possibilità di venire a contatto con l'utenza in modi diversi dallo sportello, evadendo on line la richiesta di informazioni, di appuntamenti, e via dicendo.

*Occupati* si rivolge per il momento quasi esclusivamente al versante della domanda. Ma l'idea è di attrezzarsi anche sull'altro versante, quello dell'offerta, utilizzando proprio la rete per colmare il *buco* di relazioni con le imprese prodotto dalla riforma del lavoro. Sul social network si gioca una partita importante, per recuperare competitività e credibilità ai servizi pubblici del lavoro.

Geppe Inserra

Facebook Comments

## Potrebbe interessarti anche:



Garanzia Giovani  
| Bene i servizi  
pubblici, in  
ritardo le imprese

di Capitanata



- Garanzia Giovani va. Nonostante i gufi.



- Garanzia Giovani, opportunità per lavoro e sviluppo. E sfida da non perdere.

**formazio**  
**lavo**

- Lavoro, il dovere dell'ottimismo

Clicca sul pulsante per scaricare l'articolo in Pdf 

Hits: 8