



## L'INTERVISTA

## Con Jobmetoo lavoro su misura di disabilità

**Daniele Regolo**, sordo profondo, ha vissuto per anni la difficoltà di un buon collocamento sul mercato del lavoro. Lavori saltuari, poi un posto in una Asl, ma allo sportello! Mansione incompatibile con la sordità, si è dimesso, ma non si è arreso e ha fondato **Jobmetoo.com**, job portal per lavoratori con disabilità.

### Come è nata l'idea di Jobmetoo?

Il progetto nasce dalle ceneri di un quindicennio lavorativo, pieno di difficoltà e frustrazioni vissute in prima persona. Sono sordo e dopo la laurea in Scienze politiche per me non è stato facile. Ho voluto far diventare impresa quanto ho appreso tra vita, lavoro e disabilità.

### Chi ha messo tempo, capitali e competenze in fase di startup?

Ho iniziato da solo, con l'aiuto del Fondo Sociale Europeo erogato dalla Provincia di Macerata, curando la parte gestionale, comunicativa e tecnologica del portale insieme a un amico. Il sito ha raccolto fin da subito consensi e attenzione dalla stampa, dal grande pubblico e fortunatamente dagli investitori. Nel 2014 è entrato nel progetto 360 Capital Partners. Abbiamo creato così un team dedicato, con Danilo Galeotti come ceo, Matteo Venturi cmo e altre figure specializzate.

### Come funziona?

Oggi Jobmetoo è un'agenzia di ricerca e selezione del personale, esclusivamente focalizzata sulle categorie protette che si propone come interlocutore privilegiato per le aziende che hanno necessità di assicurarsi le risorse più idonee.

### Chi può trarre beneficio dall'uso del portale?

Jobmetoo è il luogo d'incontro tra aziende con obblighi relativi alla Legge 68/99 e lavoratori disabili o



**Daniele Regolo**  
fondatore  
di Jobmetoo

appartenenti a categorie protette. L'obiettivo è creare una rete che coinvolga anche altri soggetti, dalle associazioni agli enti formativi, affinché le energie non vengano disperse.

### Avete usato tecniche di accessibilità online?

L'accessibilità è una priorità assoluta. Non è questione di validazione formale, ma di reale fruibilità a livello tecnico e semantico. Per ottenerla abbiamo adottato anche accorgimenti del "Farfalla project", strumento all'avanguardia ideato dal professor Mangiardi della Bicocca.

### Come sta andando la raccolta inserzioni?

Bene. Sia chi ha obblighi di legge, come le grandi imprese, sia le Pmi si stanno riconoscendo nelle finalità di Jobmetoo. È un significativo passo in avanti a livello culturale per garantire l'accessibilità sul Web, ma anche e soprattutto negli ambienti di lavoro.

### Che mercato ha Jobmetoo?

I numeri parlano chiaro: in Italia ci sono 700.000 persone nelle liste del collocamento mirato in attesa di una chiamata. La maggior parte delle aziende è inadempiente o ricorre alla disciplina dell'esonero. Credo ci sia un gran bisogno noi!

### Non temete i grandi Job portal?

Al contrario, i competitor più temuti possono diventare i migliori alleati per offrire una risposta efficace ai problemi dei lavoratori con disabilità.

D.B.

Job-ict Osservatorio sulle competenze digitali

Lo studio Audiweb per Cor.Com

## Cercare lavoro in Rete Ecco la «mappa» italiana



Vince il low profile: tecnici, manager e professionisti rappresentano solo il 7,6% dell'audience. Più attivi i lavoratori autonomi. E in LinkedIn sono appena 2mila le posizioni aperte

Dario Banfi

Che possa piacere o meno anche quello del lavoro è un mercato e come tutti i mercati ha messo radici stabili in Rete. È un fatto consolidato. Lo dimostra la crescita di **LinkedIn**, due nuovi utenti al secondo. Più difficile, invece, capire quante persone si affidino al Web per cercare lavoro e quante offerte si trovino online.

Una fotografia unitaria e ufficiale degli scambi tra domanda e offerta non esiste, ma è possibile comprendere che cosa stia accadendo. Sul fronte utenti aiuta **Audiweb** che ha realizzato uno studio ad hoc per Cor.Com sull'audience dei siti di Career Development. Nel mese di giugno 2014 - certifica **Nielsen** - gli utenti unici di Internet in Italia sono stati 28,9 milioni e di questi 8 milioni (il 28% del totale) hanno visitato siti e servizi per trovare lavoro. A fronte di una forza lavoro pari a 25,5 milioni (fonte Istat), significa che una persona su tre in Italia, con o senza lavoro, ha pensato di affidarsi a Internet per esplorare il mercato. Il tempo medio mensile speso sui siti di lavoro è di mezz'ora. Ben 3,5 milioni - precisa **Audiweb** - l'hanno fatto usando dispositivi mobili. I cluster sul tipo di utenti è ancora più interessante: metà dei visitatori ha un'età compresa tra 25 e 44 anni e principalmente sono diplomati. Sotto il profilo occupazionale i più attivi sono i disoccupati: 1,3 milioni (su un totale di 3,1 milioni in Italia) spera di uscire dall'empasse lavorativo usando la Rete. A seguire ci sono i profili impiegatizi e amministrativi (1,2 milioni), studenti (900mila), operai (690mila) e chi si qualifica come "casalingo" (770mila). La maggioranza di visitatori esprime un basso contenuto professionale. Al contrario tecnici, manager e professionisti insieme costituiscono soltanto il 7,6% dell'audience complessiva dei siti di Career Development.

Più attivi i lavoratori autonomi (artigiani esclusi), che da soli arrivano all'8% con 706mila unità. Questo squilibrio dell'utenza verso un segmento di lavoratori con qualifiche più basse si ritrova anche nelle tipologie prevalenti di annunci in Rete. Le società di lavoro temporaneo hanno quasi tutte vetrine in Rete e presentano le offerte veicolate anche nei negozi. Viceversa, il principe dei social media, al centro delle attenzioni dei colletti bianchi, ovvero **LinkedIn**, mostra poco più di 2.000 posizioni aperte in Italia. Non è un caso, di conseguenza, che i siti più frequentati siano i



**Novità interessante**  
**Face4Job.com**  
con geolocation  
e possibilità  
di effettuare  
colloqui a distanza

cosiddetti metamotori e servizi simili come **Jobrapido** (fondato da Vito Lomele e venduto nel 2013 intorno a 30 milioni a una property americana), **Impiego24.it**, **Trovit** e **Indeed**. Quest'ultimo, in italiano dal 2009, ha presto scalato le classifiche, dichiarando oggi 150 milioni di unique users al mese a livello mondiale. Con un modello di business basato sul "performance-based job advertising" è il primo sito sul Web made in Italy, ma curiosamente non produce occupazione in Italia. I suoi manager, molti italiani, operano da Austin Texas e i commerciali da Dublino. Per questi servizi il problema principale è raggiungere gli annunci da indicizzare.

"Alcuni aprono i loro database agli spider oppure offrono liste in formato Xml, come **Infojobs**, altri no, come fa **Monster**. Non parliamo di **LinkedIn**, sistema molto complesso quasi impossibile da indicizzare all'esterno", racconta **Massimo Percopo**, fondatore di **Lavoro.org**, ora in mano a una società controllata da **Aruba.it**. **Lavoro.org** censisce circa 360mila offerte mentre **Indeed** 210mila, con un flusso di 50mila nuove offerte a settimana. Sono annunci distribuiti, non controllati. E questa è la principale differenza rispetto ai tradizionali job portal che sono fonti dirette e curano con più attenzione il contenuto dei lavori proposti, come **Infojobs** (primo in Italia) che presenta circa 40.000 offerte o **Monster** che conta 5.000 aziende clienti, 60mila nuovi CV a settimana e 15mila offerte mensili, ma che non rinuncia a mantenere il ruolo di agenzia per il lavoro, con attività di selezione e oggi progetti legati anche a **Garanzia Giovani**. Novità interessante in questo panorama è **Face4Job.com**, portale con mappa geografica delle offerte di lavoro, la possibilità di colloqui a distanza con livelli differenti d'interazione video e funzioni di pre-screening dei candidati sulla base di 10 parametri legati a soft-skill definite dalle aziende. In occasione del lancio mondiale ha scombinato la statistica, come l'abbiamo conosciuta finora rispetto ai numeri del lavoro mediato dal Web: grazie a un algoritmo sviluppato in autonomia ha mappato 1,3 milioni di annunci sui siti di aziende italiane. Tanti posti quanti i disoccupati in cerca di lavoro online. Che sia di buon auspicio? "Per usare **Face4Job** le aziende pagano 1 euro al giorno, con crediti prepagati", spiega il fondatore **Alessio Romeo**. L'obiettivo dichiarato è di facilitare il "reverse social", ovvero l'incontro reale. Non basta più mettere un "Mi piace" sul lavoro desiderato, ora bisogna metterci la faccia.