



**VITTORIO MAFFEI**  
Managing Director Infojobs

È Managing Director per l'Italia di InfoJobs.it la principale società di recruitment online in Italia e in Europa per traffico Internet, numero di offerte e curricula in banca dati - dove ha il compito di consolidare la posizione di leadership dell'azienda sul mercato nazionale e di incrementare l'utilizzo dei servizi offerti non solo tra gli operatori professionali, ma anche tra le piccole e medie aziende che costituiscono il tessuto imprenditoriale in Italia. Ha sviluppato una brillante carriera nel settore finanziario e dei servizi: ha iniziato la sua carriera prima nel Gruppo Ambroveneto, poi nel Gruppo BNP-Paribas come assistente al Direttore Commerciale di Cardif Italia. Nel 1999 ha lasciato il settore finanziario per le telecomunicazioni: prima in Vodafone dove, nel ruolo di Sales & Marketing Manager, ha lavorato su progetti che hanno dato vita a Vodafone Live; in seguito in Fastweb, dove si è occupato della creazione di servizi per massimizzare la diffusione della banda larga. Nel 2001 è entrato in Zed Italia in qualità di Business Director ed è stato tra gli artefici del successo della filiale italiana che, nel 2004, è passata dal Gruppo Telia Sonera e Yahoo! alla spagnola Wisdom Group. Sempre nel 2004 è diventato Country Manager e Amm. Delegato della sede italiana, mentre nel 2006 è Vice President B2B per l'Europa. Nel 2007 Amm. Delegato di lastminute.com Italia, filiale italiana del colosso del turismo online controllato dal gruppo Sabre. Nel 2009 è passato alla guida operativa di Mobango Ltd, società media londinese, dove il suo contributo ha permesso di incrementare traffico e fatturato. Ha partecipato alle trattative di vendita culminate con la cessione dell'azienda al gruppo Indiano People Infocom Pvt Ltd nel 2010.

## EVOLUZIONE IN CHIAVE "SOCIAL" DEL MONDO DEL RECRUITING

Internet ha cambiato le nostre vite, professionali e non. Lo sappiamo tutti ma spesso relegiamo il passato nella scatola dei ricordi e consideriamo il mondo attuale come l'unico possibile. 20 anni fa non usavamo le mail per lavorare e comunicare con colleghi o clienti. Oggi non sapremmo come fare.

Il recruiting non è stato esente da cambiamenti generati dall'arrivo di internet. Ieri le aziende che cercavano una figura professionale pubblicavano un annuncio sui più diffusi quotidiani nazionali a cui le persone rispondevano via posta con l'invio di un curriculum redatto per l'occasione. I contatti erano pochi e sia annuncio che CV avevano una vita estremamente limitata.

Il recruiting online non ha solo sostituito questa attività ma l'ha arricchita di "funzionalità" che prima non esistevano o non erano possibili. Dal punto di vista delle aziende si va ad esempio dalla possibilità di raggiungere un bacino molto più ampio, di fare employer branding, alla possibilità di archiviare ed organizzare immediatamente le risposte o candidature ricevute o di rendere interattivo il processo di candidatura. Se invece pensiamo alle persone che cercano un lavoro l'evoluzione consiste nella possibilità di essere avvisati quando c'è un'offerta che coincide con i propri interessi o aspirazioni, nel poter archiviare uno o più curricula da poter utilizzare immediatamente, nella velocità, nella certezza di una risposta.

Arrivando ad oggi sappiamo che un modo veloce per "conoscere" le persone sono i social network. La domanda spesso è se i social network rappresenteranno un ulteriore stadio evolutivo del recruiting o se rappresenteranno un'addizione ai servizi già presenti. Un primo importante distinguo è legato alla natura del network, ci sono i social network e ci sono i professional (social) network. I primi nascono per scopi o finalità del tutto diverse, in questo senso possono indubbiamente rappresentare una fonte di arricchimento delle informazioni sulle persone ma da una parte le persone stesse non sempre amano fondere la propria vi-

ta privata con quella professionale, dall'altra, almeno ad oggi, un social network non ha strumenti e spazi per far incontrare facilmente domanda ed offerta.

Se pensiamo ai professional network il discorso è differente ed è indubbio che le informazioni disponibili siano, se non di valore, sicuramente utilizzabili al fine di individuare i profili professionali più idonei alle necessità delle aziende. Anche in questo caso, almeno ad oggi, la struttura dei network non agevola il processo di incontro e soprattutto di gestione del recruiting. Manca tutto ciò che potremmo definire back office.

Ma al di là di ciò il limite dei network sta nel fatto che oggi, e sempre più spesso, le aziende cercano persone che siano disponibili per il lavoro e lo siano in tempi brevissimi. Il classico "ieri". In alcuni casi si è disposti a trovare un trade-off tra le caratteristiche della persona e la disponibilità pressoché immediata, almeno fino a certi livelli. La mancanza di una vetrina delle offerte disponibili o di un canale di comunicazione tra aziende e persone, personalizzato in base agli interessi od alle esperienze professionali, rende molto poco efficaci i network in questo senso.

D'altra parte assistiamo ad un'evoluzione, in chiave "social" del mondo del recruiting. InfoJobs.it, ad esempio, ha lanciato recentemente il "Profilo professionale pubblico" cioè la possibilità di rendere visibili e condivisibili alcuni aspetti della propria vita professionale online, scegliendo quali informazioni effettivamente condividere. Un aspetto importante che sicuramente verrà sempre più approfondito è quello legato alla privacy. I network, social o professional che siano, nascono antitetivamente alla privacy. Negli ultimi tempi, anche per alcuni accadimenti eclatanti come il licenziamento di un dipendente reo, agli occhi dell'azienda, della colpa di avere aggiornato il proprio profilo su un famoso professional network, un po' di agitazione si vede tra gli utilizzatori dei network. Pur trattandosi di una materia, la privacy, in costante evoluzione sia legislativa sia nel percepito sociale, è evidente che un portale di recruiting online fa della privacy uno dei propri asset mentre così non sempre è, per sua stessa natura, per i social network.