

L'impatto di internet sul mercato del lavoro

di Tommaso Nannicini

La diffusione di internet e degli strumenti legati al mondo dell'*Information and Communication Technology* (ICT) ha avuto un impatto significativo sulle economie e sulle società dei paesi sviluppati. Sui modi in cui si producono e si scambiano i beni. Sui modi in cui si organizza il tempo libero. Sui modi in cui si dipanano le relazioni tra persone e culture. E, non ultimo, sui modi in cui si organizza o si cerca lavoro.

Sebbene meno esplorati, gli effetti di internet e dell'ICT sul mercato del lavoro non sono irrilevanti, come ci indicano gli economisti che si sono interrogati sul fenomeno. Per tutti, si possono citare tre lavori recenti: David Autor (*"Wiring the Labor Market"*, 2000, NBER working paper n.7959); Richard Freeman (*"The Labour Market in the New Information Economy"*, 2002, NBER working paper n.9254); Wayne Diamond e Richard Freeman (*"Will Unionism Prosper in Cyber-Space? The Promise of the Internet for Employee Organization"*, 2001, NBER working paper n.8483). Tutti saggi che possono essere scaricati dal sito: www.nber.org.

Secondo questi contributi, sono tre i canali principali attraverso i quali internet può far sentire i suoi effetti sul mercato del lavoro: 1) i cambiamenti nella domanda di lavoro (le imprese richiedono in media un livello più alto di conoscenze informatiche ai nuovi assunti) e quelli nell'offerta (i servizi del lavoro possono essere forniti indipendentemente dal luogo dove ci si trova); 2) i cambiamenti nel modo in cui domanda e offerta s'incrociano tra loro (le persone cercano lavoro sulla rete e le imprese la usano per la ricerca del personale); 3) i cambiamenti nel modo in cui le organizzazioni sindacali tengono i contatti con i loro associati e organizzano le proprie campagne.

L'aumento della domanda di lavoro qualificato (o "alfabetizzato" da un punto di vista informatico) dovrebbe aumentare sia i salari di questi lavoratori sia le loro ore di lavoro. A parità di condizioni, ci si aspetta che un incremento nella domanda relativa di lavoro qualificato produca un aumento delle disparità salariali in un mercato "flessibile" (tendenza che si è verificata negli Stati Uniti) e un aumento della disoccupazione in un mercato "rigido" (a qualche paese europeo dovrebbero fischiare le orecchie...). Sul fronte dell'orario, i lavoratori statunitensi che usano un pc o internet lavorano in media il 5-6% in più degli altri, e all'interno di questo gruppo quelli che usano internet lavorano il 4% in più. E le statistiche potrebbero nascondere cifre maggiori, se si considera il tempo passato a casa lavorando al computer o controllando la posta elettronica aziendale. Dal lato opposto, il "solitario" di Windows o la navigazione in rete per divertimento personale in ufficio potrebbero portare a una valutazione diversa, ma è probabile che questi svaghi finiscano per sostituire altre forme tradizionali di distrazione sul posto di lavoro (pausa caffè, due chiacchiere con i colleghi, ecc.). Insomma, gli occupati "informatizzati" lavorano di più e – in un mercato a elevata flessibilità salariale – guadagnano di più.

Sul fronte della ricerca del lavoro, internet comincia ad affermarsi come un canale in grado di competere con quelli tradizionali, almeno negli Stati Uniti. Nel 2001, circa il 50% dei disoccupati con accesso domestico alla rete ha usato siti specializzati nell'incontro tra domanda e offerta di lavoro. E circa il 15% degli occupati ha usato

questi siti per cercare una posizione migliore. Nel complesso, l'8% dell'intera forza lavoro ha dichiarato di usare internet come canale di ricerca di occupazione. Internet, infatti, riduce di molto i costi di transazione per imprese e lavoratori: i costi delle imprese sono dieci volte minori rispetto alle spese legate a metodi tradizionali come gli annunci sui quotidiani; i lavoratori possono avere accesso immediato a una grande varietà di posti vacanti. Alcune grosse compagnie come la catena di supermercati "7-Eleven" hanno scoperto che, dopo l'introduzione delle domande d'assunzione in rete (corredate da un'intervista telefonica), è aumentata la percentuale di persone che restano nel posto di lavoro dopo l'assunzione (misura della qualità del *match* tra posto e lavoratore).

Ma non tutto è oro quel che luccica, come sottolinea David Autor. Il mercato del lavoro è pervaso da problemi di informazione asimmetrica. La riduzione dei costi di transazione potrebbe condurre a un eccesso di informazioni e di domande (*excess application*) difficile da gestire. Molti siti specializzati cominciano a offrire servizi di "filtro" per aiutare le imprese. Ma molte aziende si lamentano del problema di *excess application* e segnalano come una quantità elevata di domande finisca per arrivare da persone poco o troppo qualificate. In particolare, l'insieme delle persone che cercano lavoro sulla rete potrebbe finire per essere "selezionato in maniera avversa" rispetto a caratteristiche inosservabili (abilità, impegno, ecc.). Non è un caso che molte aziende comincino a usare internet per cercare attivamente candidati (piuttosto che aspettare passivamente l'arrivo di domande e curricula). E non è un caso che negli ultimi anni il canale dei "rapporti personali" sia tornato a crescere anche negli Stati Uniti: se aumenta il problema di selezione avversa, i contatti personali acquistano maggiore importanza.

Per finire, va ricordato il terzo effetto analizzato nei lavori citati: quello legato al ruolo dei sindacati. Si tratta di una tendenza prevalentemente statunitense, ma dovrebbe essere osservata con attenzione anche in un'ottica europea. Innanzitutto, i sindacati statunitensi utilizzano internet per diffondere le proprie posizioni e campagne d'opinione, senza bisogno di passare dal filtro dei media tradizionali. In seconda battuta, i sindacati cominciano a fornire servizi per i propri associati direttamente in rete, e a sperimentare nuove forme di comunicazione e/o consultazione degli iscritti. Che arrivi anche da internet una delle risposte alla crisi delle organizzazioni di rappresentanza sindacale?