

# Il giovane mercato dell'outplacement

## *In Italia processi limitati ma cresce il potenziale*

**N**ato negli Stati Uniti alla fine degli anni 60 per ricollocare in altri contesti aziendali i dipendenti della Nasa impegnati nel Progetto Apollo, il servizio di outplacement approda nel nostro Paese negli anni 80.

**I primi passi del mercato.** Il mercato italiano è ancora giovane rispetto a quello anglosassone e cresce più lentamente, ad esempio, di quello francese: 20 milioni di euro di business contro 300 nel 2003. Uno strumento dunque ancora poco utilizzato e poco conosciuto, sebbene ristrutturazioni e crisi aziendali pongano le premesse per un mercato fertile. «Va chiarito innanzitutto — spiega Gianfranco Quadrio, presidente

dell'Associazione italiana delle società di outplacement ([www.aiso-outplacement.it](http://www.aiso-outplacement.it)) — che il supporto alla ricollocazione professionale non è un prodotto in vendita ai privati. Individuale o collettivo (ossia previsto per un singolo dipendente o per interi rami d'impresa) fa parte dell'accordo di uscita di un lavoratore: in parole povere viene chiesto e pagato alla società di outplacement dall'azienda che non può più garantire un certo numero di posti di lavoro».

**Percorsi ad hoc.** Nel caso dell'outplacement individuale, la persona che deve essere ricollocata frequenta la sede della società che eroga il servizio e li trova spazi logistici e consulenti per delineare un percorso finalizzato a raggiungere la migliore situazione lavorativa possibile. Il progetto si sviluppa in un certo numero di settimane, se non di mesi, e consiste in tre fasi: inventario del passato e dei valori acquisiti, proiezione nel

futuro per delineare un piano di crescita che soddisfi anche le esigenze del mercato, contatti con le imprese.

«Non mi stanco di sottolineare — spiega Giovanni Paladin, presidente dell'Associazione dei professionisti di outplacement e management dell'evoluzione professionale ([www.apromep.it](http://www.apromep.it)) — che seguiamo la persona fino a quanto non ha risolto il suo problema, ossia fino a quando non ha trovato un lavoro coerente con le sue aspettative, e che i nostri consulenti sono sempre presenti nel caso in cui si debbano rivedere strategie e obiettivi».

Secondo i dati diffusi dall'Aiso e dall'Apro, negli ultimi dieci anni in Italia sono state assistite 10mila persone attraverso l'outplacement in-

dividuale e la percentuale di successo si avvicina al 100%; diverso il caso dell'outplacement collettivo (8mila soggetti seguiti negli ultimi tre anni): 35-40% di ricollocazione per chi è in cassa integrazione speciale, 80% per chi è in mobilità. «In quest'ultimo caso — commenta Gianfranco Quadrio — siamo di fronte a un progetto a tempo determinato, che si svolge in genere nell'arco di 4-6 mesi. Nell'individuale si raggiunge quasi il 100% dei successi poiché si tratta di un progetto illimitato nel tempo, impostato sul concetto del from work to work, da un lavoro ad un altro».

**Agenzie in gioco.** La legge Biagi, eliminando il vincolo dell'oggetto esclusivo, consente alle Agenzie per il lavoro cosiddette generaliste di svolgere anche attività di supporto alla ricollocazione professionale: che tipo di sinergie si creeranno con le società di outplacement? L'Aiso e l'Apro vedono positivamente questo affiancamento: le ex società di fornitura di lavoro temporaneo sono molto conosciute e ben radicate sul territorio, il fatto che possano vendere anche questo servizio potrà contribuire alla sua diffusione.

**GIUDITTA CERUTTI**

---

*Negli ultimi dieci anni  
sono state seguite  
circa 18mila persone*

---

## Lusvarghi: «Più spinta dalle Agenzie»

**Q**uali sono le prospettive per l'outplacement in Italia? Risponde Gabriella Lusvarghi, presidente di Dbm Italia, società internazionale di outplacement.

**Come valuta l'affiancamento delle Agenzie per il lavoro alle società di outplacement nella gestione di attività di supporto alla ricollocazione professionale?**

C'è una certa sovrapposizione che vediamo però in chiave positiva come un'occasione di allarga-

mento del mercato. L'outplacement in Italia rimane un'opportunità limitata, utilizzata soprattutto da grandi aziende o multinazionali: quello che noi ci aspettiamo con l'affiancamento delle Agenzie per il lavoro è che ci sia una maggiore diffusione di questo strumento. Dbm Italia ha gestito negli ultimi cinque anni circa 7.500 persone in progetti di ricollocazione: è evidente che si tratta di una goccia nel mare della mobilità attuata dalle aziende.

**L'outplacement potrà entrare nella cultura del lavoro del nostro Paese?**

Credo ci sia un grosso potenziale inespresso: si parla molto spesso di ammortizzatori sociali, molto meno di quello che si può fare in termini di ricollocazione professionale. L'abbinamento ammortizzatori sociali e supporto alla ricollocazione si è rivelato essere per molte persone vincente.

**G.CER.**