

<http://www.infodata.ilsole24ore.com/2017/01/10/funzione-mercato-delle-startup-specializzate-nella-ricerca-del-lavoro/>



Ecco come funziona il mercato delle startup specializzate nella ricerca del lavoro

LinkedIn è stato solo l'inizio. Le startup per ricerca di lavoro e selezione dei candidati si stanno moltiplicando in tutti i terreni lasciati scoperti da pesi massimi del settore, come lo stesso social network (acquisito da Microsoft con un'operazione da 26,2 miliardi di dollari) e le multinazionali del collocamento. Ad esempio? Commissioni per freelance, domanda e offerta di "lavoretti" part time, ma anche algoritmi per automatizzare i processi di selezione e software per il management delle risorse umane. Il mercato è alimentato da una ricerca di impiego sempre più affidata a Google e social network generalisti come Facebook e Twitter. E gli investitori sembrano disposti a scommetterci, stando ai finanziamenti emersi negli ultimi anni nel cosiddetto Hr tech (l'etichetta che ricomprende tecnologie e neo-agenzie delle risorse umane).

Cb Insights, società di ricerca statunitense specializzata in economia digitale e tech, ha stimato un totale di 2,4 miliardi di dollari in investimenti e 383 accordi nel 2015 solo per le imprese del settore. Il 2016 dovrebbe chiudersi su livelli di poco inferiori (2,39 miliardi), visto che i primi nove mesi dell'anno hanno fatto registrare 1,96 miliardi di dollari di investimenti in 350 accordi. Tra gli exploit spuntano i 100 milioni di dollari ricevuti in un round series D dal market place di lavori part-time SnagAJob e un investimento di pari portata ricevuto da Liepin, piattaforma cinese che semplifica la selezione per contratti full-time. Numeri che suonano comunque modesti rispetto

all'anno precedente, quando un'azienda come la piattaforma di processi Hr automatici Zenefits avevano portato a casa un picco di 500 milioni di dollari con un round series C. Positivo anche il bilancio 2016 delle exit, la vendita di quote a società terze, con 55 operazioni di M&A e quattro quotazioni in Borsa (le piattaforme di ricerca lavoro australiane LiveHire e TheSearchParty, il software connazionale TikForce e la canadese Xref, che si occupa di screening automatici del background dei candidati).

E in Italia? Dopo il successo di JobRapido, acquisita al 49% per 30 milioni di euro da Evenbase (parte del gruppo Dmgt, quello che edita il Daily Mail), il mercato delle startup di ricerca lavoro ricalca i macro-trend attivi su scala mondiale: Face4Jobs, oggi a quota 500mila utenti attivi, facilita le ricerche di candidati in base a un profilo di «10 talenti»; JoeBee (leggi l'articolo sotto) ha creato un sistema di "e-commerce dei lavori" e incassato 2 milioni di finanziamenti; il social network dei lavoretti Tabbid ha raggiunto oltre 28mila utenti e 16mila visite giornaliere; TaskHunters, nata per aiutare gli universitari a trovare opportunità, si sta espandendo nel B2B con un servizio per assegnare alle Pmi solo gli «studenti fidati» del suo network. «Le startup vanno a riempire spazi e utenti che non possono essere coperti. Pensiamo solo al caso dei neolaureati, un bacino enorme ma che "dura" molto poco. La soluzione è specializzare sempre più le ricerche» dice Francesca Contardi, esperta di risorse umane e sua volta cofondatrice della startup per l'Hr EasyHunters.

La popolarità tra gli utenti e gli investitori, però, non equivale sempre alla solidità del modello di business. L'ultima operazione miliardaria risale al 2012 e riguarda Indeed, il motore di ricerca lavori acquisito nel 2012 per 1,4 miliardi di dollari da Recruiting Holdings. Da allora, l'effervescenza delle cifre si è scontrata spesso con la difficoltà di fare profitti o anche solo di mantenersi su mercato.

Ci sono casi clamorosi come la già citata Zenefits, appesantita da problemi regolatori dopo aver raggiunto una valutazione da 4,5 miliardi, ma anche esempi più circostanziati di startup che non riescono a raggiungere il pareggio.

Secondo Contardi, il limite è dimensionale: in un business che si basa sulla gestione del capitale umano, passano all'incasso solo le startup che raggiungono un network vastissimo di clienti e aziende. «Il problema è che, per fatturare, devi diventare una vera e propria agenzia di lavoro. Il settore delle risorse umane non ha "prodotti in magazzino" e per questo è molto volatile – dice Contardi – Tutti cercano lavoro e tutte le aziende cercano candidati. Ma devi assicurarti che lo scambio di persone e contatti sia sempre sufficiente».