





Soddisfazione del cliente, professionalità e lavoro in team: **i nostri valori.**

Orientamento al mercato, Customer Care, forte specializzazione e flessibilità: **i nostri vantaggi.** Da oltre 12 anni abbiamo un solo obiettivo: *contribuire al successo dei nostri Committenti.*

La consulenza personalizzata, le tecnologie più sofisticate, il personale altamente qualificato e costantemente aggiornato, i processi certificati UNI-EN ISO 9001:2000 ci consentono di offrire attività di outsourcing in continuità con la vostra struttura, per assistere, soddisfare ed incrementare il portafoglio clienti garantendo gli **SLA** più elevati.

Un sistema informativo sinergico favorisce l'integrazione delle specifiche competenze tecniche delle nostre divisioni aziendali, per la ricerca e lo sviluppo di progetti e servizi innovativi.

Noi troviamo le soluzioni per migliorare le vostre performance, voi liberate le risorse necessarie per creare valore. Insieme costruiamo storie di successo.

Per conoscere il nostro metodo, consulenti specializzati saranno a vostra disposizione senza impegno per uno studio personalizzato.

Made in  quality

800.023.123

Napoli - Milano - Caserta  
[www.soluzionimediacom.com](http://www.soluzionimediacom.com)





## MERCATI

OUTSOURCING/1. Il settore si muove ma a rilento rispetto alla media Ue

# Vince la logica pay per use

Mentre l'outsourcing tradizionale, legato alle buste paghe, si sta stabilizzando, tecnologie e informatica offrono grossi margini di crescita

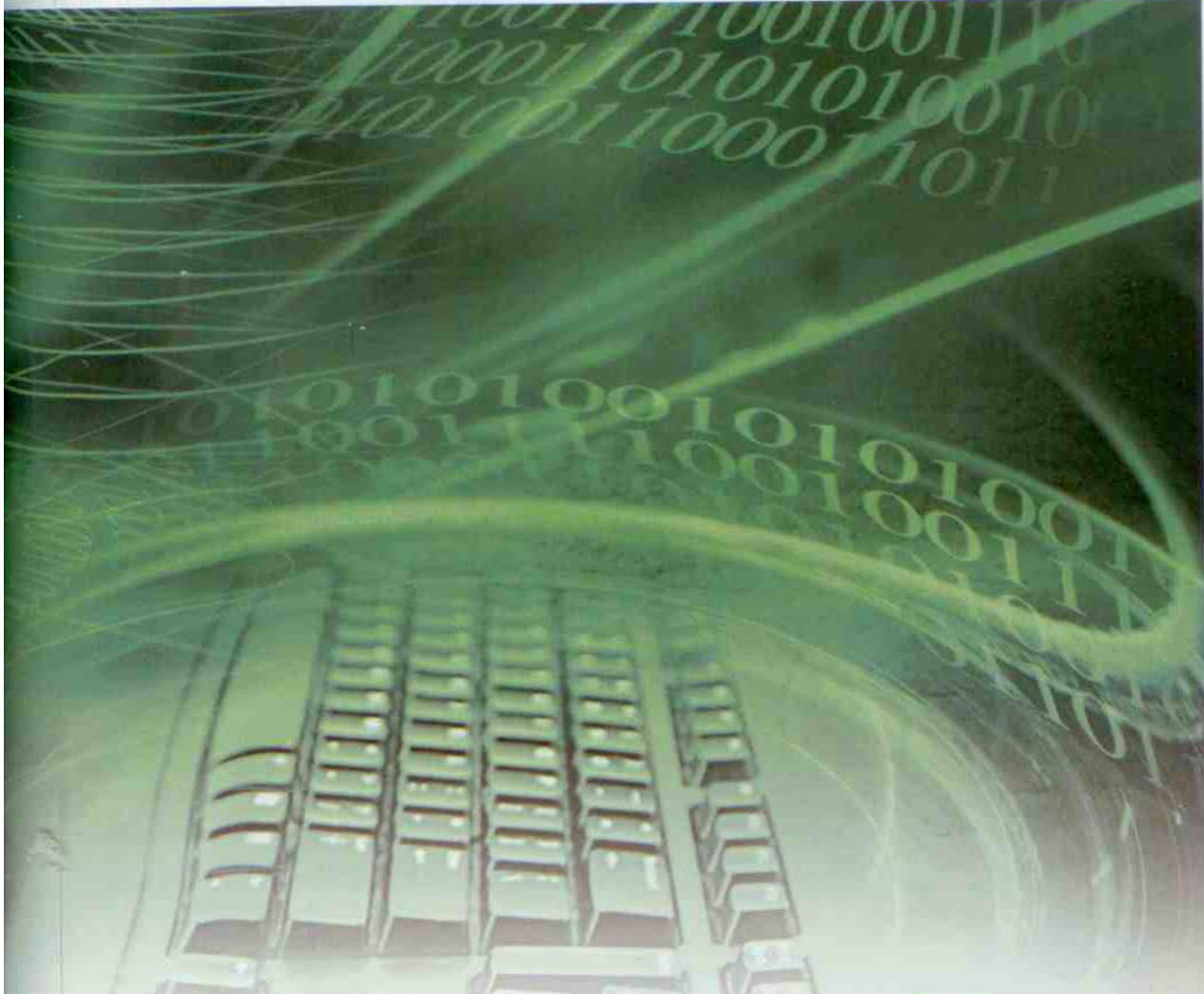
**T**utte le tendenze nuove che attraversano il settore dell'outsourcing da due-tre anni a questa parte riportano, direttamente o indirettamente, alla necessità delle aziende di ripensare se stesse con il duplice obiettivo di ridurre i costi e mantenersi competitive. In altre parole, la situazione economica generale ha spinto a fare di necessità virtù. «È in atto – commenta **Denise De Pasquale**, presidente di Progetto Lavoro, sostenitrice di un approccio consulenziale all'outsourcing – una profonda trasformazione dei sistemi economici che ha prodotto una de-industrializzazione delle economie, favorendo il ricorso all'impiego sistematico di modelli organizzativi e tecnologie utili ad accrescere la produttività». «La tendenza all'outsourcing – le fa eco **Leonardo Nieri**, presidente dell'agenzia del lavoro Adhr, fatturato previsto per il 2010 sugli 11 milioni di euro – si conferma, anche se la crisi può causare rallentamenti nei processi decisionali». Come ormai non sorprende più, anche in un mercato in salute come

quello dell'outsourcing l'Italia procede a ritmi meno sostenuti rispetto al resto del mondo. A fronte di un tasso di crescita globale sull'8% l'anno, il nostro Paese si accontenta infatti di un 2 per cento. Gli operatori sono però concordi nel ritenere la strada segnata, complice anche il ricambio generazionale dei quadri aziendali che rende più facile superare tante resistenze culturali. Certo è che, all'interno del dato di crescita, la componente delle tecnologie e della consulenza informatiche fa la parte del leone, tanto da vantare tassi di crescita superiori alla media.

### Nuovi rapporti tra clienti e fornitori

Mentre per il segmento dell'outsourcing più classico, quello relativo alle buste paghe, c'è anche chi ritiene che il mercato sia vicino alla saturazione. «Dopo un decennio di forte accelerazione – commenta **Piero Ricaldone**, direttore commerciale di Inaz – si sta andando verso una stabilizzazione che, pur nella crescita, nei prossimi tre-cinque anni porterà a un assestamento.

MERCATI



In qualche caso, oggi si sta già pensando a riportare la funzione all'interno». Come dicevamo, la parte informatica ha invece ancora ottimi margini di crescita ed è qui che entrano in gioco buona parte delle nuove tendenze registrate, in cui la stessa evoluzione tecnologica favorisce nuovi modelli contrattuali e di rapporto fra clienti e fornitori di servizi. Le parole d'ordine sembrano essere *pay per use*, *software as a service*, *one to many*, tutte formule che mettono in risalto la possibilità di pagare solo i servizi realmente utilizzati e al tempo stesso di profittare di tecnologie sempre aggiornate. Un po' come nei modelli di prima generazione cosiddetti in Asp (Application service provider), nel software come un servizio il fornitore è in grado di sviluppare e gestire un applicativo a cui i clienti possono accedere via internet solo se e quando lo vogliono, senza doversi assumere l'onere di comprare la proprietà del software e anzi pagando solo i consumi effettivi. L'impegno finanziario iniziale quasi si azzerà e di questi tempi il dettaglio non è di poco conto. Oppure tra cliente e

fornitore si creano delle vere e proprie partnership. È l'esperienza della Vitart di Treviglio, che produce componenti di precisione perlopiù per il settore automotive e che con un open day ha da poco presentato a clienti e fornitori la nuova piattaforma i-Man. «Abbiamo cooperato con la software house Elabora – racconta **Luigi Calabrese**, socio e Ad – per sviluppare un software che da un anno viene testato su di noi per poi essere commercializzato. Il programma è in grado di arrivare a ogni singola macchina dell'officina e dunque ci garantisce una più diretta interazione coi reparti di produzione. Attraverso dei terminali touch screen gli operai possono, ad esempio, vedere disegni e note di produzione, eseguire controlli di qualità, gestire la tracciabilità delle operazioni e inserire tutti i dati in tempo reale». Di fatto l'operaio diventa esso stesso parte del flusso dell'informazione e l'azienda risparmia così i costi dell'impiegato prima addetto all'introduzione dei dati. «Ma questo è il ritorno minore – continua Calabrese – più che altro ci siamo assicurati una gestione

MERCATI



più fluida e più affidabile. Il tutto ha comportato, tra nuovo hardware e rifacimento cablaggi, un investimento di circa 40mila euro. Tutta la parte di manutenzione e aggiornamento tecnologico spetta alla software house».

**Strumenti di gestione, non solo di risparmio**

Come sottolinea **Luigi Porta**, direttore strategia e sviluppo di Adp Es Italia, «uno dei vantaggi più importanti per il cliente è proprio assicurarsi una costante innovazione tecnologica senza fare investimenti specifici in prima persona». Filiale italiana di una multinazionale americana, Adp è specializzata nei servizi per le risorse umane e nel nostro Paese gestisce ogni mese il cedolino di oltre mezzo milione di lavoratori per 600 aziende clienti, con un fatturato in crescita che dovrebbe chiudere l'anno oltre i 38 milioni di euro. «Su circa 350 che siamo – continua Porta – solo il 3% si dedica alle attività commerciali, il resto si occupa di ricerca e sviluppo sulle applicazioni e di consulenza in materia lavoristica». Quando si parla di servizi per le risorse umane, non si intende più solo la gestione della busta

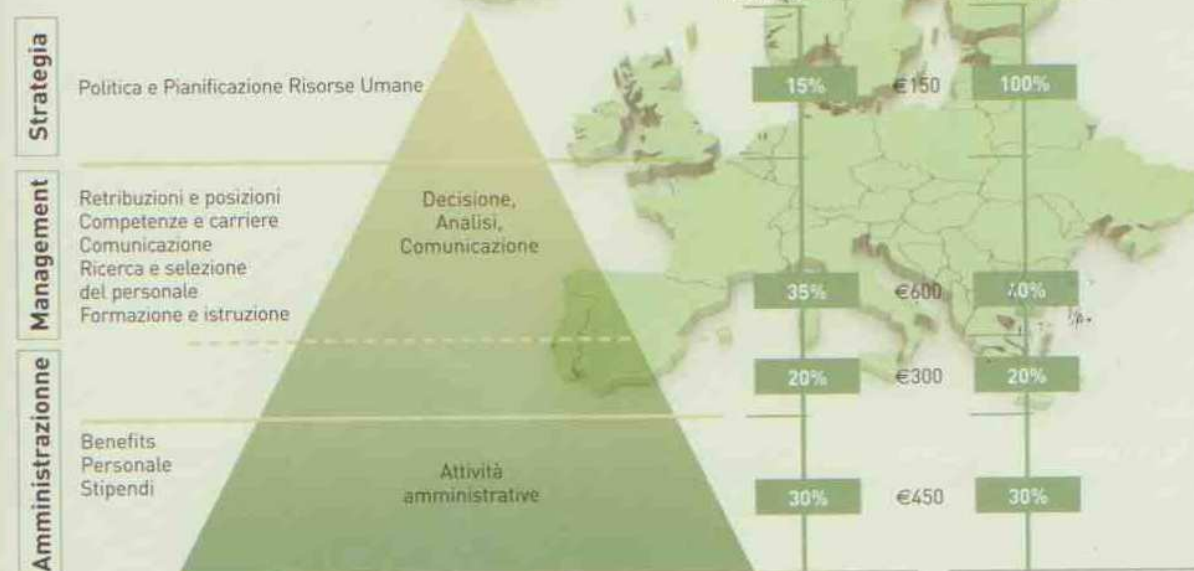
paga – che comunque continua a essere il servizio trainante a cui gli altri si aggiungono – ma anche strumenti per, ad esempio, il governo dei flussi di presenze e assenze, la gestione di trasferte e note spesa, la mappatura delle competenze e il monitoraggio delle performance, la ricerca e la selezione, la formazione. Messaggerie Libri, ad esempio, storico distributore indipendente con circa 200 dipendenti, si serve di un mix di servizi che gli permette di elaborare il budget del personale e tenere sotto controllo il costo del lavoro. «In passato – racconta **Marco Battistotti**, consigliere delegato ad amministrazione, controllo, finanza e risorse umane – costruivamo artigianalmente tutto l'articolato sistema di budget e forecast annuale, con una serie di problemi per i possibili errori manuali e la lunghezza del processo. Adesso tutto si è semplificato e ha guadagnato in efficienza e tempestività. Siamo riusciti a ridurre tempi e costi di un buon 50 per cento».

**In aumento i servizi di valore**

In generale, ricorrendo all'esternalizzazione dei processi aziendali non strategici – o forse sarebbe meglio dire non core,

**Quanto costa il personale in Europa**

La piramide dei costi del personale



1) Tratto da diversi studi (ADP & Società di consulenza Risorse Umane)  
2) Costo Risorse Umane per dipendente gestito (interno + esterno)  
Fonte: Libro Bianco – L'outsourcing degli stipendi in Europa - pubblicazione Adp

MERCATI

perché non sfugge a nessuno l'importanza strategica di garantire ai propri dipendenti una gestione puntuale precisa e affidabile di tutte le attività connesse al personale – un'azienda riesce a ridurre i costi fissi in una percentuale variabile fra il 25 e il 35-40 per cento. «Da quando il processo arriva in produzione – calcola **Siro Terni**, consigliere delegato alle attività produttive di Data Management – basta un anno per ripagare l'investimento e gli anni successivi ci si avvantaggia della riduzione dei costi». E visto che la tendenza del mercato è valorizzare l'outsourcing di tutti i servizi relativi al personale, c'è anche chi sta lanciando un innovativo portale dedicato all'incrocio fra domanda e offerta di lavoro. «Jobgate – spiega **Lucio Sindaco**, a di Service to Service – unisce le potenzialità di un motore di ricerca ai vantaggi di un sito di domanda e offerta di lavoro. Consente la ricerca per parole chiave e area geografica fra tutti gli annunci pubblicati su migliaia di siti internet». Dunque Jobgate monitorerà in tempo reale tutte le

Outsourcing  
in ambito Hr

**16 miliardi  
di euro**

il valore del mercato a  
livello europeo nel 2009

**+ 4%**

la crescita stimata  
per il 2010

**2 miliardi  
di euro**

il valore del mercato  
italiano

sezioni "Lavora con noi" dei siti aziendali e i portali già dedicati al recruiting online come Monster.it e presenterà un elenco ordinato delle offerte di lavoro disponibili che rispondono ai criteri selezionati dal candidato, così consentendo alle aziende di ricevere curricula mirati. E perché non dare all'esterno la gestione di una specifica iniziativa di marketing? Lo ha fatto, ad esempio, GlaxoSmithKline che insieme all'Associazione nazionale dentisti italiani ha affidato a Mediacom la gestione del numero verde per la prima campagna nazionale Polident dedicata al controllo gratuito delle protesi dentali. «Registriamo una tendenza – commenta **Giancarlo Russo**, fondatore e Ceo di Mediacom, – a esternalizzare servizi con un elevato livello di rischio potenziale, soprattutto legati a telemedicina, teleassistenza, assistenza domiciliare integrata. Tutti servizi che contribuiscono a prevenire le malattie e dunque riducono i ricoveri e i tempi di ospedalizzazione».

**Giovanna Guercilena**