

I documenti di Lavoratorio.it

Roberto Corno

Deontologia e normativa della ricerca e selezione del personale

(capitolo IX del volume “La ricerca e selezione del personale – Nuovi strumenti”,
a cura di Andrea Martone – Guerini e Associati – 2007 – www.guerini.it)

**Questo documento è stato scaricato,
con il consenso dell'autore che ne detiene i diritti,
dalla sezione [Tutto di più forse](#) del sito Lavoratorio.it**

9. Deontologia e normativa della ricerca e della selezione del personale

(Roberto Corno)

Perché un capitolo sull'etica? per chiarire chi è il selezionatore, per chiarire il suo ruolo ed il suo contributo al mercato del lavoro. Ma anche per fornire strumenti e riferimenti normativi ed etici al selezionatore sia esso inserito in un contesto aziendale sia esso operante in veste di consulente alle imprese. In particolare occorre precisare in questa premessa, che quanto verrà qui esposto si riferirà soprattutto a chi opera come consulente al di fuori delle aziende, ma riguarderà anche chi svolge la professione all'interno delle strutture aziendali.

9.1 Eticità di strumenti e metodi

La ricerca e la selezione di personale, per le sue caratteristiche intrinseche, è una attività che ha un forte impatto su molti aspetti del lavoro delle persone, infatti sia durante la ricerca di persone che durante le fasi della selezione si acquisiscono molte informazioni riservate. Tralasciando gli aspetti giuridici connessi con la tutela della Privacy per i quali si rimanda al paragrafo dedicatovi, vanno valutati in questo contesto gli aspetti legati all'eticità del comportamento del selezionatore. Egli infatti per rintracciare le persone con le caratteristiche richieste, quando non ricorre ad inserzioni o al proprio data base, deve necessariamente attingere informazioni dal mercato del lavoro. Questo avviene, specie quando si ricorre alla "ricerca diretta", che può essere assimilata all'attività degli investigatori, almeno nelle fasi di ricerca pura, e pertanto occorre che il selezionatore si comporti, con la necessaria discrezione affinché le informazioni, raccolte sui candidati risultino pertinenti e limitate all'ambito lavorativo del candidato¹ e non siano divulgate. In secondo luogo va osservato che nel caso della ricerca diretta il soggetto interessato, non si è affatto candidato alla posizione, quindi l'attività che viene svolta può arrecare un danno all'azienda nella quale il potenziale candidato opera e lavora.

Per questa ragione i codici deontologici dei selezionatori professionisti prevedono che le aziende che sono in rapporto di lavoro con lo stesso selezionatore o con la società per cui egli lavora vadano escluse dalla ricerca, si tratta cioè di definire le "no touch companies".

¹ Cfr art. 10 D.Lgs 276/03

Comunicare con i candidati

Grande attenzione va dedicata alle modalità e alle forme di rapporto e di comunicazione con i candidati. Sia che questi si siano spontaneamente rivelati, sia che ciò sia avvenuto su “provocazione” da parte del selezionatore, occorre che questi assuma ogni e qualsiasi precauzione affinché il datore di lavoro del candidato non venga a conoscenza delle trattative in corso. Infatti è palese che questo potrebbe danneggiare il candidato. Va quindi posta particolare attenzione nell'utilizzo di strumenti di comunicazione, specie di quelli non presidiati come l'e-mail o il fax. A questo proposito i codici deontologici prevedono che il rapporto con il candidato venga gestito prevalentemente per telefono, o quantomeno avendo cura di utilizzare indirizzi di posta personale e non “visionabili” da altri. È importante che si domandi al candidato in modo esplicito se vuole entrare in contatto con l'azienda con la quale la selezione è svolta. Questa ultima norma è di particolare rilevanza atteso che spesso le aziende hanno rapporti tra di loro che sfuggono al controllo del selezionatore e conseguentemente le intenzioni del candidato possono essere riportate da manager o imprenditori poco discreti, al diretto superiore dello stesso candidato. In altri casi è il medesimo candidato che ha già avuto rapporti con l'azienda in oggetto e preferisce non partecipare a selezioni per quella organizzazione. È quindi sempre necessario pre-avvertire il candidato dell'identità dell'azienda ed ottenere da parte sua il consenso al suo inserimento nella “rosa” di potenziali candidati per una selezione.

I dati dei candidati

Un altro tema di particolare delicatezza riguarda la raccolta di dati e notizie sul candidato. Come noto infatti sia prima che dopo il contatto diretto con il candidato, il selezionatore raccoglie informazioni sul candidato medesimo, precedentemente al colloquio, ossia durante l'attività di ricerca diretta. I candidati infatti si individuano raccogliendo notizie dal “mercato” grazie alle “tracce” dagli stessi lasciate durante il loro percorso professionale; dopo le fasi di selezione spesso occorre approfondire e verificare l'ampiezza e la profondità delle competenze possedute dai candidati incontrati interpellando colleghi, superiori o collaboratori. Questa fase comporta evidentemente la raccolta di informazioni importanti ed a volte delicate o riservate, risulta pertanto evidente che il selezionatore deve possedere una solida etica professionale nelle fasi di raccolta e gestione di queste informazioni evitando qualsiasi trasmissione delle stesse atteso che queste servono solo a confermare o meno la valutazione elaborata sul candidato non potendo mai divenire oggetto di valutazione. A questo riguardo va ricordata, in questa sede, la copiosa normativa che recentemente prima il legislatore europeo poi quello italiano, hanno emanato per regolamentare questo delicatissimo tema. Il legislatore europeo emanando la Direttiva 2000/78, in tema di parità di trattamento in materia di condizioni di lavoro e occupazione ha inteso definire con chiarezza quando un processo di selezione o pre-selezione possa risultare discriminatorio, con ciò specificando la natura e l'utilizzo dei dati che è lecito raccogliere nelle fasi precedenti la selezione. Il legislatore italiano a sua volta, a partire dal D.Lgs 276/03 (ovvero il decreto attuativo della cosiddetta Legge Biagi) è entrato nel merito dello svolgimento delle attività di selezione identificando i comportamenti leciti e quelli non leciti in tale attività e sancendo con gli artt 8 e 10 dell'articolato citato, gli ambiti di azione dei selezionatori. Più recentemente ancora con il Decreto Legislativo 145/2005 lo stesso legislatore recependo la citata Direttiva Europea, ha introdotto nel nostro ordinamento un preciso limite riguardo i dati che possono essere utilizzati in selezione ed il loro utilizzo.

Marketing delle posizioni

Un tema poco valorizzato nei corsi e nei convegni in materia di ricerca e selezione di personale è quello del marketing delle posizioni di lavoro. Negli ultimi anni infatti molto spesso il selezionatore si è trovato di fronte ad un problema del tutto nuovo; invece di limitare il numero di candidati da incontrare per ogni posizione di lavoro, si è trovato a dover “vendere” le posizioni di lavoro. Oggi si dice che è il candidato a scegliere l'azienda e non già l'azienda a scegliere il

candidato. Questo cambiamento di prospettiva si è verificato specialmente in alcuni settori, nei quali si è manifestato con maggior enfasi il fenomeno dello skill shortage. In tutte queste situazioni il selezionatore si è trovato a dover attrarre i candidati (selezionati in ogni caso a priori sulla base delle caratteristiche tecniche della posizione), facendo ricorso a tecniche e strumenti presi in prestito dal marketing e dalla pubblicità. Tecniche che gli hanno consentito di raggiungere target mirati di candidati, ma che in un secondo momento sono servite a rendere il più possibile attrattiva la posizione. In questi casi occorre porre particolare attenzione ad evitare che il messaggio possa apparire fuorviante ovvero ingannevole. Il selezionatore infatti durante la realizzazione di una inserzione ha, nei fatti, il potere di descrivere come meglio crede la posizione di lavoro, potendo così dare l'immagine che preferisce dell'azienda Cliente e della posizione di lavoro. A volte il selezionatore può essere tentato in questa fase, di "vendere" con eccessiva enfasi la posizione e l'azienda generando nei candidati attese e speranze che andranno poi deluse nei mesi successivi all'inserimento. Si tratterebbe di un errore davvero importante atteso che una delle ragioni che più frequentemente inducono le persone a lasciare il nuovo posto di lavoro nei primi mesi dopo l'inserimento sono proprio le promesse non mantenute. La selezione, infatti, è il momento in cui il rapporto tra datore di lavoro e lavoratore, si fonda non solo da punto di vista economico e normativo ma soprattutto dal punto di vista psicologico. Tradire, in seguito, il "patto" sancito in questa fase attraverso il rivelarsi della non fondatezza delle promesse fatte porta il più delle volte alla risoluzione del rapporto stesso. Per questo il selezionatore deve rendere la propria proposta attrattiva e competitiva, avendo cura di raccogliere presso il Cliente tutte le informazioni utili a "fare colpo" sulla popolazione interessata, ma nello stesso tempo deve fungere da garante per il candidato, assicurandosi quindi che le informazioni fornite siano fondate su dati e fatti reali ovvero sulle prospettive per posizione ed azienda realmente menzionate dal Cliente.

9.2 Il comportamento etico nei confronti del Candidato

Una delle domande più interessanti che spesso chi comincia la professione di selezionatore si pone è quella relativa alla propria posizione etica nei confronti dei candidati. Nel precedente paragrafo abbiamo visto quanto potere il selezionatore abbia sulle informazioni che raccoglie sui candidati, notizie che spesso possono influenzare il percorso professionale e quindi anche personale di un candidato. Guardando a questo potremmo dire che egli, ancor prima di avere incontrato un candidato ha il potere di favorirne o impedirne la candidatura, esprimendosi, sulla base delle informazioni raccolte e presentate dalle parti. Questa tentazione deve essere però recisamente fuggita da ogni serio selezionatore in quanto totalmente fuorviante. Ricordiamo infatti che Egli mira a risolvere un problema di competenze all'azienda e non già a valutare asetticamente un candidato. Il Selezionatore non ha la mission di giudicare alcuno, ma quella di contribuire allo sviluppo dell'organizzazione per cui lavora. Credere e lavorare per il contrario conduce ad un errore di prospettiva e porta alcuni selezionatori ad approfondire monotematicamente il tema della valutazione del candidato, dimenticando quale sia l'obiettivo per cui stanno lavorando. Così pensando ed agendo ci si trova, dopo la fase di selezione, ad elaborare profili personali e professionali dei candidati del tutto avulsi dalla realtà. Questo lavoro risulta sterile e fuorviante. Sterile perché di fatto inutile e fuorviante perché distoglie l'attenzione dal vero problema, scoprire se le competenze possedute dal candidato sono quelle necessarie all'organizzazione per cui il selezionatore sta lavorando.

Di fatto questo conduce ad un'altra osservazione di somma importanza: il selezionatore lavora per entrambe le parti della sua mediazione: il Cliente "Organizzazione" ed il Cliente "Candidato" (ferma restando l'assoluta gratuità dei servizi offerti ai candidati). Questo è un elemento di particolare importanza per il selezionatore che voglia affrontare la propria mission con professionalità a garanzia di successo. Il candidato riceve dal selezionatore un servizio di

valutazione ed orientamento e di selezione delle proposte delle aziende che non potrebbe realizzare da sé. Inoltre il selezionatore deve considerare i candidati alla stregua di Clienti anche al fine di guadagnarsi la loro stima e spesso la loro collaborazione. I candidati si sa, scambiano tra di loro informazioni, e le trasmettono al selezionatore, l'immagine negativa di un selezionatore, o dell'azienda per cui lavora, spesso vanifica i migliori sforzi di comunicazione e di selezione. I candidati trattati male o "raggirati" sono un pessimo veicolo pubblicitario. Inoltre, dato che spesso sono gli stessi candidati incontrati (anche se a volte non assunti) a condurre con le loro indicazioni e a nominativi di colleghi idonei, appare chiara l'importanza di trattare con rispetto ed attenzione ogni singolo candidato.

I dati retributivi e d'inquadramento

In questo quadro vanno correttamente inserite le informazioni riguardanti retribuzione e inquadramento del candidato. Ogni colloquio di lavoro si conclude con la richiesta al candidato di fornire informazioni a riguardo di livello di inquadramento e retribuzione attuale, e a volte anche sulle aspettative in termini di aumento, correlato al passaggio di azienda. Queste informazioni, necessarie ad inquadrare correttamente il candidato dal punto di vista dell'azienda, risultano di fondamentale importanza anche per poter valutare la coerenza dell'offerta in corso con le sue attese. Si tratta però di informazioni delicate oltre che riservate, in quanto consentono, potenzialmente di manipolare il rapporto con il candidato, inducendolo a sopravvalutare gli aspetti economici dell'offerta di lavoro ovvero si prestano ad interpretazioni circa il valore reale del candidato.

I codici deontologici

Appare chiaro che il selezionatore deve possedere una solida posizione sotto il profilo deontologico. Abbiamo cercato di dimostrare come questa posizione trovi le sue ragioni non solo nell'etica e nella morale ma anche nella logica economica che conduce il selezionatore a svolgere la propria professione ottenendo il massimo risultato dai propri sforzi.

A facilitare il compito del selezionatore va ricordato che, da parte delle associazioni professionali, v'è sempre stata una particolare attenzione alla elaborazione di codici deontologici, che fondandosi sull'esperienza, forniscono ai professionisti del settore specifiche norme di comportamento, che se rispettate garantiscono il rispetto degli interessi di tutte le persone coinvolte, in questo caso, in un processo di selezione. In questo contesto si può citare la "carta del candidato" elaborata da Assores². Questo documento infatti costituisce un primo tentativo di regolamentare il rapporto che intercorre tra candidati e selezionatori, siano questi ultimi consulenti esterni o consulenti "interni" dell'organizzazione per cui lavorano. Ma spesso anche le singole "agenzie per il lavoro"³, specie se multinazionali hanno elaborato un proprio codice deontologico. Più raro appare trovare codici a previsioni etiche deontologiche specifiche per le attività di ricerca e selezione nelle imprese e nelle organizzazioni che non hanno come proprio core business l'attività di ricerca e selezione di personale.

9.3 L'etica verso il Cliente Interno ed esterno

Verso il Cliente non si possono avere meno attenzioni che verso il candidato non solo per ragioni etiche o morali ma anche per ragioni di tipo squisitamente economico, non sfugge infatti a nessuno che è il Cliente che paga le prestazioni di selezione, sia quando questi sia esterno come nel caso di ricerche condotte da consulenti operanti presso società di ricerca e selezione, ovvero interno come nel caso di ricerche condotte dagli specialisti di funzione interni alla Direzione del Personale delle singole imprese.

² Reperibile sull'omonimo sito web, all'indirizzo www.assores.it

³ Così sono definite oggi dal D.Lgs 276/03 le società di ricerca e selezione, le società di somministrazione di lavoro (ex interinale) le società di collocamento privato e le società di ricollocazione professionale o outplacement. Cfr art 2 comma 1 lett c del medesimo articolato.

Supporto consulenziale tecnico economico e legislativo

Il selezionatore, per raggiungere il proprio obiettivo deve saper valutare sia il problema aziendale sia i candidati. Come ricordato infatti i fattori che questo professionista deve prendere in considerazione per risolvere in modo efficace il problema di competenze aziendali presentatogli, sono numerosi e richiedono di essere presi in considerazione tutti quanti. Il contesto organizzativo, quello economico dell'azienda, le competenze necessarie per ricoprire con successo la posizione, il livello di inquadramento proponibile ed il livello retributivo definito sono tutti prerequisiti di cui il professionista deve tenere debito conto. Ma ancora le prospettive di sviluppo per il candidato, gli aspetti ergonomici e logistici sono fattori che spesso giocano un ruolo importante nella messa a punto del messaggio da inviare ai candidati target. Gli usi e le abitudini e le esigenze dei candidati "target" sono elementi fondamentali per poter definire, con la maggior precisione possibile, il percorso da intraprendere per individuarli, ed attrarli. Queste informazioni permettono al professionista di pianificare il percorso di ricerca riuscendo a preventivare (con sufficiente attendibilità) tempi e costi della ricerca, elementi questi decisivi per l'azienda.

Il ruolo del consulente nelle fasi di ricerca risulta molto più ampio di quello che comunemente gli viene attribuito. Egli infatti ha il compito di accompagnare e a volte sostituire il Cliente nell'esame della situazione, individuare i percorsi per la risoluzione del problema, proporre metodi di ricerca che ottimizzino il rapporto costi/benefici, suggerire forme di assunzione ed inserimento convenienti ed infine coadiuvare il Cliente nella definizione della proposta economica al candidato.

I dipendenti del Cliente

Il rapporto che tende ad instaurarsi tra un Cliente ed il proprio Consulente è di estrema fiducia. Tra le informazioni di cui il Cliente mette a parte il consulente vi è quasi sempre il numero, la tipologia e le caratteristiche dei propri dipendenti, specialmente di quelli che saranno più a diretto contatto con il candidato da assumere. Queste informazioni costituiscono un formidabile contributo per il consulente e spesso si rivelano decisive per la definizione del profilo ideale da ricercare e per valutare al meglio gli aspetti di contesto della ricerca. Sono però informazioni che un consulente con pochi scrupoli professionali potrebbe considerare preziose, per risolvere altre ricerche affidategli, magari, da qualche concorrente del primo cliente. Per questa ragione il consulente di ricerca e selezione è vincolato dal proprio codice di autoregolamentazione o dal codice deontologico a non prendere in considerazione i candidati provenienti dalle aziende Clienti, né da quelle che sono state in passato clienti (di norma il vincolo dura 1/2 anni dopo la cessazione dell'ultimo incarico) per evitare di realizzare attività che danneggiando di fatto i propri clienti o ex clienti, lo porrebbero in breve tempo e senza alcun appello fuori dal mercato.

No Touch companies

Alla stessa stregua dei dipendenti, preziose si rivelano le informazioni che l'impresa dà sulle aziende con cui collabora (Clienti e Fornitori), per questo motivo è opportuno che il consulente richieda un elenco di tali aziende per evitare di creare "incidenti diplomatici" rubando un valido collaboratore ad un business partner della azienda Cliente. A questo riguardo va osservato che il rispetto di questo precetto deontologico sommato a quello visto nel paragrafo precedente, può a volte rivelarsi un vincolo per gli operatori professionali, ossia per le società di ricerca e selezione. Infatti in quelle situazioni in cui si ricercano persone ad alta specializzazione specifica, presumibilmente presenti in poche singole aziende se il consulente ha lavorato per molte di esse si trova a non poter di fatto operare, non potendo attingere dai suoi Clienti né dai partner strategici del Cliente affidatario. In queste situazioni il consulente può solo suggerire strade alternative come la ricerca di persone provenienti da settori analoghi ma diversi, o la formazione di persone interne all'azienda in alternativa rinunciare all'incarico.

Contratto, tariffe e garanzie⁴

...omississ.

Le tariffe professionali o i costi della selezione

..omissis

9.4 la normativa vigente in materia di ricerca e selezione di personale

Come in ogni altro campo, anche in quello di nostro interesse la normativa italiana di settore deriva o viene influenzata dagli orientamenti europei. Così dopo anni di anomia⁵, anche il legislatore italiano recependo orientamenti e interessi espressi dal “governo” Europeo ha provveduto ad emanare una norma che, tra le altre, regolamentasse anche l’attività di ricerca e selezione del personale. Infatti, gli obiettivi europei di crescita e di sviluppo del mercato del lavoro⁽⁶⁾ in Italia richiedevano lo sviluppo di un mercato più efficace ed efficiente, obiettivo prefissosi dalla legge n. 30/2003, che non poteva quindi non considerare tra gli attori di tale sviluppo anche coloro che si occupano di ricerca e selezione del personale

Consapevole di tutto questo, il legislatore del 2003 con l’approvazione prima della legge delega 14 febbraio 2003, n. 30 e successivamente, il 10 settembre dello stesso anno, del decreto legislativo n. 276/2003, ha innovato profondamente l’inquadramento giuridico della ricerca e selezione del personale.

Con questo provvedimento tale quadro risulta moderno ed efficace. Infatti il primo articolo del decreto legislativo n. 276/2003 dà della attività di selezione una delle definizioni più appropriate e moderne anche nel paragone con altre esperienze internazionali. Infatti esso recita: “Le disposizioni di cui al presente decreto legislativo, nel dare attuazione ai principi e criteri direttivi contenuti nella legge 14 febbraio 2003, n. 30, (...) sono finalizzate ad aumentare, (...), i tassi di occupazione e a promuovere la qualità e la stabilità del lavoro, anche attraverso contratti (...) compatibili con le esigenze delle aziende e le aspirazioni dei lavoratori”⁷.

Il testo prosegue poi identificando il Ruolo della ricerca e selezione del personale che viene definita come recita la lettera c) dell’articolo 2 del medesimo testo legislativo:

“c) «(.....) l’attività di consulenza di direzione finalizzata alla risoluzione di una specifica esigenza dell’organizzazione committente, (...) comprensiva di: analisi del contesto organizzativo dell’organizzazione committente; individuazione e definizione delle esigenze della stessa (...); valutazione delle candidature individuate attraverso appropriati strumenti selettivi assistenza nella fase di inserimento dei candidati; verifica e valutazione dell’inserimento (...)”.

Ma il legislatore oltre a definire e normare l’attività ha anche provveduto ad identificare chi, soggetto terzo rispetto a datore di lavoro e candidato, possa esercitare tale attività. Infatti oggi vige un *unico regime autorizzatorio* all’interno del quale le agenzie di ricerca e selezione risultano, come in una “filiera”, appaiate agli altri soggetti che intermediano sul mercato del lavoro. A tali agenzie viene richiesto il rispetto di particolari requisiti tecnico logistici finanziari e in materia di competenze.⁸

In questa logica, particolarmente rilevante appare la previsione contenuta sia nell’articolo 5 del decreto legislativo n. 276/2003, che nei successivi articoli 15 e 17 relativamente all’obbligo, anche per le società in oggetto, di connettersi alla borsa continua del lavoro facendovi poi affluire i dati relativi alle ricerche in

⁴ Per un approfondimento degli aspetti contrattuali per le attività di selezione, si faccia anche riferimento alla norma UNI 10771 “Consulenza di direzione” del giugno 2003. La ricerca e selezione del personale infatti oggi, ai sensi della normativa vigente (Cfr art 2 D.Lgs 276/03), è identificata come attività di consulenza di direzione.

⁵ Si ricorda che fino al 2000 l’attività di ricerca e selezione del personale da parte di soggetti terzi rispetto ai datori di lavoro era o vietata (cfr L 1369/60) o tollerata in quanto branca della consulenza, ma non normata se si eccettua il caso dei Consulenti del Lavoro (ordine istituito con L 12/79) il cui tariffario (emanato con Decreto Ministeriale) comprendeva l’attività di ricerca e selezione del personale.

⁶ Cfr. la comunicazione della Commissione della comunità europee del 13 novembre 2002 “progetto di relazione comune sull’occupazione 2002”.

⁷ Decreto legislativo n. 276/2003, articolo 1, comma 1.

⁸ Cfr art. 5 D.lgs 276/03

corso. Questo obbligo, consegue logicamente dalla impostazione, sopra ricordata, da parte del legislatore di equiparare il ruolo di questi operatori con quello degli altri mediatori del mercato del lavoro italiano.

Di particolare importanza ai fini del nostro lavoro appare viceversa il tema della competenze professionali richieste a chi voglia esercitare l'attività di selezionatore all'interno di queste agenzie. Già si è detto e ripetuto, che si tratta di una consulenza di direzione, la quale richiede per sua natura competenze tecniche elevate e comunque in grado di garantire il raggiungimento dei risultati attesi dal committente⁹).

Tali competenze come è facile immaginare e come appare chiaro a valle di questa lunga carrellata sul settore, non possono che essere acquisite, a partire da un adeguato titolo di studio, lavorando per anni nel settore specifico delle risorse umane. Il percorso esperienziale può essere eventualmente affiancato, ed in parte surrogato, da percorsi formativi adeguati e magari certificati. Anche per il Legislatore, dunque, non è certo, quella del selezionatore una competenza di poco conto, tenuti presente anche gli impatti, più che rilevanti, che possono derivare da una scarsa professionalità o dall'incapacità a valutare a vantaggio di persone ed imprese il loro potenziale coniugarsi di interessi.

I selezionatori devono infatti sapere utilizzare le discipline, le tecniche e le metodologie organizzative e gestionali per la soluzione dei problemi del cliente oggetto del contratto nel pieno rispetto delle prerogative del lavoratore. Inoltre essi devono essere in grado di adottare metodi di selezione appropriati, equi ed efficaci¹⁰ devono aver cura di non proporre ai candidati posizioni di lavoro che comportano pericoli o rischi inaccettabili o qualora gli stessi possano essere vittime di abusi, discriminazioni di ogni tipo¹¹ ovvero possano essere inseriti nell'organizzazione in difformità alle norme vigenti in materia di rapporti di lavoro dipendente ed autonomo.

I consulenti operanti all'interno delle agenzie di ricerca e selezione del personale debbono anche adeguatamente informare i candidati sulle caratteristiche della posizione di lavoro e sulle condizioni d'impiego applicabili, se necessario nella lingua del candidato o in una lingua allo stesso comprensibile¹².

Appare pertanto evidente che, a fronte della complessità della posizione e delle responsabilità affidate all'operatore professionale di selezione, tale ruolo richieda competenze adeguate, costruibili solo con percorsi *ad hoc*.

9.5 Privacy e selezione

Vista anche l'importanza attribuitagli dal legislatore e le recenti prese di posizione del garante per la privacy, è opportuno dedicare un paragrafo al tema della tutela dei dati delle persone coinvolte in processi di selezione: Si tratta infatti di un tema molto delicato, che è sempre stato oggetto di particolare cura nell'ambito della selezione del personale. Questo sia perché appare con evidenza che la gestione delle informazioni raccolte in sede di selezione è particolarmente delicata sia perché durante l'intero percorso di ricerca e di selezione il candidato si dispone a fornire al selezionatore una serie di dati che in quasi nessun altro contesto fornirebbe. Chi ha provato a "selezionare" si è certamente reso conto di possedere in quel momento una sorta di "autorizzazione" a richiedere informazioni. Le responsabilità nascenti dall'acquisizione e poi dal possesso di questi dati sono considerevoli. Da sempre i selezionatori professionisti hanno garantito ai propri candidati che avrebbero utilizzato questi dati per il solo svolgersi della ricerca nel comune interesse di azienda e candidato, coprendone poi l'accesso a terzi avvalendosi del segreto professionale. L'introduzione della legge sulla Privacy (675/96 e il successivo D.Lgs 196/03) ha introdotto nuovi importanti obblighi in materia. Di questi va data una breve descrizione premettendo che questo intervento normativo non ha stravolto gli usi ed i costumi di chi ha sempre operato in modo corretto, ha viceversa "fatto chiarezza" affinché anche il candidato possa affidarsi con tranquillità a coloro che esplicitamente applicano tale norma. Per poter affrontare questo tema occorre individuare previamente i momenti principali in cui il candidato fornisce o per meglio dire "conferisce" (secondo il lessico della L. 675/96 ed oggi del D.Lgs 196/03) i propri dati al selezionatore; essi sono :

⁹ Norma UNI 10771 5.1 – competenza.

¹⁰ Raccomandazione ILO n. 188/1997 – 13.

¹¹ Raccomandazione ILO n. 188/1997 – 8.

¹² Ilo raccomandazione 188 – 8.

1. la comunicazione della posizione vacante mediante annunci o inserzioni
2. l'invio del curriculum da parte del candidato e la successiva raccolta ed archiviazione dei relativi dati
3. la selezione e la conseguente attività di trattamento delle informazioni raccolte
4. la gestione delle comunicazioni con il candidato ed il Cliente nella fase successiva al colloquio

Per inquadrare correttamente quindi la materia occorre darne un quadro che benché sintetico riesca ad abbracciare tutti gli ambiti sopra riportati.

A tale proposito risulta di particolare importanza l'art. 8 del Dlgs 276/2003, che definisce l'ambito di circolazione delle informazioni relative ai candidati. Infatti, l'articolo attribuisce ai lavoratori il diritto di indicare i **dati** da diffondere e, in modo speculare, pone in capo agli operatori pubblici e privati del mercato del lavoro, l'obbligo di assicurare ai lavoratori l'**ambito**, oggettivo e soggettivo, di diffusione dei loro dati. La norma è da leggere in raccordo con quelle di cui agli articoli 19 e 24 del Codice della privacy. Infatti mentre queste ultime consentirebbero un trattamento più ampio dei dati in oggetto, l'articolo 8 del Dlgs 276/2003 attribuisce ai lavoratori il diritto a un maggior controllo dei dati stessi. In altre parole mentre il candidato vanta un diritto soggettivo a definire quali dati il selezionatore può trattare, questi deve assicurare al candidato che l'ambito di diffusione degli stessi sia non più e non meno rispetto a quello che il candidato medesimo ha indicato.

Un analogo discorso merita l'articolo 10 del DLgs 196/03 relativo al divieto di indagini sulle opinioni e trattamenti discriminatori. Questo articolo, da leggersi in raccordo tra la disciplina in materia di privacy e l'articolo 8 dello Statuto dei lavoratori, L. 300/70, amplia il diritto dei soggetti, coinvolti da un trattamento di informazioni che li riguardano, a vedere i dati, siano essi sensibili o comuni, ad essere trattati in modo strettamente attinente alle altitudini professionali e all'inserimento lavorativo del soggetto stesso.

Un cenno particolare ai nostri fini, merita anche l'articolo 9 del decreto delegato che disciplina la diffusione delle informazioni a mezzo stampa. Internet, televisione o altri mezzi di informazione. Questo articolo pone innanzitutto un divieto di effettuare comunicazioni - per attività di ricerca e selezione di personale - con i mezzi indicati, da chi non sia autorizzato o accreditato a operare nel mercato. Inoltre vieta le comunicazioni, ossia le inserzioni, in forma anonima.

Sempre in virtù di un disfavore per le comunicazioni anonime o di soggetti non autorizzate il Legislatore delegato ha previsto che le comunicazioni debbano riportare gli estremi del provvedimento autorizzatolo o di accreditamento e, inoltre, che nel caso di comunicazioni su quotidiani o periodici o in rete vi sia un modello di informativa o l'indicazione del luogo in cui sia facilmente accessibile.

Ma chi voglia accingersi ad occuparsi di ricerca e selezione dovrà avere cura anche di rispettare altre previsioni normative concernenti il trattamento dei dati. Previsioni normative che, benché non armonizzate con il testo del più recente D.Lgs 276/03, costituiscono la cornice giuridica in cui, chiunque tratti dati personali (come quelli appunto contenuti nei CV), deve conoscere l'attuale Codice in materia di protezione dei dati personali. Infatti questo, seppure in modo non coordinato con il Dlgs 276/2003, presenta una serie di indicazioni coerenti con lo spirito di quest'ultimo, laddove, ad esempio, all'articolo 2, prevede che i dati personali possano essere trattati solo «nel rispetto dei diritti e delle libertà fondamentali nonché della dignità dell'interessato». Mentre l'articolo 7 prevede che l'interessato (il lavoratore nel nostro caso) ha diritto a conoscere i soggetti o le categorie ai quali i dati possono essere comunicati (leggasi ambito di diffusione), «la cancellazione (...) o il blocco dei dati (...) di cui non è necessaria la conservazione in relazione agli scopi per i quali i dati sono stati raccolti (...) o trattati». Ancora va ricordato l'articolo 11 del D. Lgs 196/03 che prescrive che i dati vengano raccolti e registrati per scopi determinati «espliciti e legittimi». Inoltre, essi debbono essere pertinenti e completi e non eccedenti rispetto alle finalità per le quali sono raccolti e successivamente trattati. Si noti la coerenza con quanto previsto dal Dlgs 276/2003 relativamente al divieto di indagine e di preselezione sulla base di dati non essenziali e determinati che possono incidere sulle modalità di svolgimento del lavoro.

Va sottolineato come lo stesso Garante per la Privacy in precedenza aveva preso posizione su questo tema emanando il 10 gennaio 2002 un provvedimento "in tema di raccolta e trattamento dei dati personali attraverso annunci di lavoro pubblicati su quotidiani da società di selezione e ricerca di personale o di lavoro temporaneo".

In questo documento viene sancita la liceità della raccolta dei dati degli interessati (candidati) di norma attraverso il curriculum, da parte di società di ricerca e selezione o da parte di aziende impegnate in ricerche

di personale in quanto in queste situazioni ciò risulta “necessario per l’esecuzione di obblighi derivanti da un contratto del quale è parte l’interessato o per l’esecuzione di misure precontrattuali attivate su richiesta di quest’ultimo (art 12 comma 1, lettera “b” L. 675/96)”. Ovvero in queste situazioni è l’interessato ossia colui che invia il proprio curriculum ad avere uno specifico interesse a che i suoi dati siano raccolti e trattati da parte di chi fa selezione, pertanto in questo caso il consenso non deve essere richiesto essendo implicito nell’invio. In altre parole il Garante ha ribadito che è lecito richiedere l’invio di curricula per finalità di selezione senza richiedere consensi espliciti al candidato.

Lo stesso dicasi per i dati raccolti durante contatti diretti, telefonici o di persona: il presupposto è sempre che il candidato fornisca i dati in quanto ha un interesse diretto a che i suoi dati vengano acquisiti dal selezionatore. Tale presunzione di interesse spinge il Garante ad autorizzare il selezionatore, qualora appartenga ad organizzazione diversa da quella che ricerca il personale, a inviare i dati all’azienda per cui opera. Il Garante ha quindi sancito la liceità dell’attività di raccolta e trattamento dei dati dei candidati nell’ambito delle attività di ricerca e selezione di personale, specificando però alcuni accorgimenti nuovi ma di fondamentale importanza per la corretta applicazione della norma vigente in tema di Privacy.

Egli ha infatti ricordato che, sebbene il consenso non debba essere richiesto, è inderogabile ed imperativo l’obbligo per chi richiede e poi gestisce i dati (leggasi selezionatore) di fornire all’interessato (leggasi candidato) una corretta “informativa sul trattamento dei dati,” definita oggi dall’art.13¹⁴ del DLgs 196/03, comprensiva dei diritti dell’interessato in merito al trattamento dei dati che lo riguardano (modalità di conservazione, cancellazione, modifica, aggiornamento, trasmissione ecc.) sanciti questi ultimi dall’art. 7 del medesimo decreto delegato. Quest’obbligo, quando viene disatteso, specialmente negli annunci a mezzo stampa o su internet, sostanzia un inadempimento grave da parte del selezionatore, sanzionabile ai sensi della Legge in oggetto.

L’interpretazione del Garante riportata in questo documento¹⁵ a noi pare particolarmente accorta e evidenzia puntualmente gli obblighi e il comportamento richiesto al selezionatore.

Il Garante ha individuato poi nel WEB il sistema per fornire con facilità queste informazioni al candidato, superando così gli ovvi problemi che si ponevano al selezionatore che avesse dovuto inserire tutte queste informazioni (ovvero la sintesi di queste secondo le modalità indicate dallo stesso Garante) all’interno degli esigui spazi delle inserzioni pubblicate sui giornali. Egli ha infatti affermato che “è peraltro possibile evitare l’inserimento dell’intera informativa direttamente nell’annuncio.....rendendo però agevolmente disponibili agli interessati prima del conferimento dei dati, informazioni più dettagliate su un indirizzo web indicato nell’annuncio....” (provvedimento del Garante per la protezione dei dati personali 10/1/02)

Analogo discorso va fatto relativamente ai curricula spontanei, ovvero a quei curricula che giungano all’azienda, o alla società di selezione, senza essere stati sollecitati. Anche in questo caso vale la regola che non è richiesto il consenso per la ricezione, trattandosi di fattispecie rientranti nella consueta esenzione, (cfr art 12 lettera b L. 675/96 e quanto previsto oggi dal D.Lgs 196/03) pertanto risultano superflue le formule indicate dai candidati quali “presto consenso al trattamento dei miei dati ai sensi della L.675/96, ovvero ai sensi del D.Lgs 196/03” ecc.

Diverso è il caso in cui questi dati vengono successivamente archiviati senza che il candidato venga convocato per una intervista, (momento nel quale è previsto venga sottoposta al candidato l’intera informativa sul trattamento dei dati prevista all’art.13 D.Lgs 196/03) . Per questa operazione il consenso da parte del candidato, espresso anche con frasi come quella riportata, risulta insostituibile qualora si voglia conservare e riutilizzare il curriculum in successive selezioni.

Va osservato infine che, se le norme imperative previste per chi si occupa in modo professionale di ricerca e selezione, sono elencate negli artt 8, 9, 10 e 11 del D.Lgs 276/03 il D.Lgs 196/03 è imperativo per tutti coloro che ad ogni titolo e per ogni ragione trattano i dati curriculari di candidati. Il riferimento è in particolare alle aziende e a quei soggetti che realizzano servizi, frequentemente on line, di ricerca e

¹⁴ art 13 D.Lgs 196/03

¹⁵ Provvedimento del Garante per la Privacy del 10 gennaio 2002 “in tema di raccolta e trattamento dei dati personali attraverso annunci di lavoro pubblicati su quotidiani da società di selezione e ricerca di personale o di lavoro temporaneo”.

preselezione di candidature. Questo sia perché appare evidente che il Legislatore, definendo l'attività di selezione come ha fatto nei primi articoli del Dlgs 276/2003, ha voluto significativamente porre le basi per regolamentare, a tutela di tutti i soggetti (candidati in primis) tale attività e, certamente, non auspica una disparità di comportamento verso i lavoratori da parte di soggetti che esercitano la stessa attività sebbene con forme giuridiche differenti. Sia perché, per esplicitare i desiderati effetti di trasparenza e professionalità del mercato del lavoro e delle attività di selezione, a tutela dei lavoratori e delle imprese, tale previsione legislativa non può limitarsi a rendere virtuoso solo il comportamento delle agenzie del lavoro, che tuttora "intermediano" solo una fetta decisamente limitata del mercato del lavoro stesso, ma deve divenire prassi operativa e vincolo legislativo in tutte le attività di selezione di personale comunque esercitate in Italia.