APL NETWORK: L'ALGORITMO AL SERVIZIO DELL'AGENZIA PER IL LAVORO

CON L'INGRESSO DI MAURO CARMINATI COME AMMINISTRATORE DELEGATO ACCANTO AI FRATELLI MARIO E ROBERTA CAVALIERE, L'AGENZIA RINNOVA LA GOVERNANCE, INTEGRA L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NELLE SELEZIONI E CONQUISTA GLI ACCREDITAMENTI REGIONALI PER IL REINSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO DI DISOCCUPATI, FASCE DEBOLI E CATEGORIE PROTETTE

C'è un momento preciso in cui un'azienda smette di limitarsi a leggere il cambiamento del mercato e inizia a dettarne il passo. Per **APL Network**, agenzia per il lavoro con quartier generale amministrativo a Bergamo e una decina di filiali distribuite lungo la Penisola, quel passaggio di maturità coincide con l'ultimo anno di attività. Se dodici mesi fa la sfida principale consisteva nel consolidare un modello basato sulla formazione pratica sul campo e sulla verifica reale delle competenze tecniche, oggi i numeri raccontano di una struttura che ha saputo trasformare

Foto Giorgio Gaffuri

Da sinistra
Mario Cavaliere, Mauro Carminati
e Roberta Cavaliere



quell'intuizione in una leva di sviluppo industriale. I dati parlano chiaro: negli ultimi dodici mesi il fatturato è cresciuto del 16%. Una crescita organica, sostenuta da una presenza sempre più capillare nel tessuto produttivo - con oltre ottanta realtà aziendali affiancate attivamente soltanto sul territorio lombardo - e accompagnata da una profonda riorganizzazione interna. Al timone della società accanto ai fratelli **Mario** e **Roberta Cavaliere** è entrato **Mauro Carminati** nel ruolo di amministratore delegato. Un nuovo assetto che raccoglie e rilancia l'eredità del fondatore, Raffaele Cavaliere, la cui visione imprenditoriale, fatta di pragmatismo e vicinanza reale alle persone, resta ancora oggi la bussola dell'agenzia. Si aggiungono anche i due nuovi assi su cui puntare: l'integrazione dell'**intelligenza artificiale** nei flussi di **selezione** e sviluppo commerciale, e lo sbarco nelle **politiche attive** del lavoro grazie ai nuovi **accreditamenti regionali**. Un cambio di passo che abbiamo approfondito direttamente con il management di APL Network per capire come sta cambiando il modo di far incontrare imprese e candidati.

Proprio sul fronte della selezione avete introdotto una delle novità più rilevanti dell'anno: l'integrazione dell'intelligenza artificiale.



Come funziona concretamente nei vostri uffici?
«Abbiamo deciso di investire in software avanzati per rendere il processo di reclutamento molto più rapido ed efficace, senza però mai sostituire il giudizio umano. Quando pubblichiamo un'offerta di lavoro sul nostro portale, ad esempio per una figura specifica come un'assistente alla poltrona per uno studio dentistico o per un tecnico specializzato, il sistema entra subito in azione. L'algoritmo incrocia in automatico i requisiti indicati nel nostro annuncio con le competenze e le esperienze presenti nei curricula dei candidati che si registrano. In questo modo otteniamo un primo pre-screening oggettivo: la piattaforma elabora una pre-intervista e ci restituisce una graduatoria dei profili più in linea con la ricerca. Questo lavoro preliminare elimina i tempi morti della scrematura manuale e consente ai nostri recruiter di concentrarsi fin da subito sui candidati realmente idonei, approfondendo in colloquio gli aspetti attitudinali e tecnici che nessuna macchina può valutare».

L'intelligenza artificiale trova applicazione anche in altre aree dell'agenzia, al di là della gestione dei curricula?
«Sì, l'abbiamo estesa a tutto il flusso operativo, a partire dalla reportistica interna fino al controllo di gestione e alla gestione finanziaria. Sul fronte dello sviluppo business, ad esempio, i nostri sistemi monitorano costantemente la rete per individuare in tempo reale le ricerche di personale aperte dalle aziende sul territorio. Questo ci permette di mappare con precisione i fabbisogni del mercato, capire quali figure sono più richieste in un determinato distretto e presentarci alle imprese non con una proposta generica, ma con una soluzione già mirata».







Un altro traguardo strategico raggiunto quest'anno riguarda gli accreditamenti regionali. Che cosa cambia nell'operatività quotidiana di APL Network?
«È un passaggio storico per la nostra società, frutto di un iter burocratico lungo e rigoroso che oggi ci ripaga ampiamente. Con l'ottenimento degli accreditamenti regionali in **Piemonte**, **Campania** e **Veneto** - e con l'iter per la Lombardia ormai alle battute finali, che contiamo di chiudere entro la fine dell'anno - entriamo a pieno titolo nel sistema delle politiche attive del lavoro. Nella pratica significa che non ci occupiamo più soltanto di incrociare le richieste delle aziende con i candidati già pronti per il mercato, ma possiamo prendere in carico e accompagnare all'inserimento lavorativo anche le persone appartenenti alle fasce più deboli o in condizioni di svantaggio occupazionale, attraverso programmi dedicati e sostenuti dalle istituzioni».





Come dialoga questo nuovo filone con le piattaforme pubbliche e con il vostro sistema digitale?
«In modo del tutto complementare. Il portale creato dal Ministero del Lavoro e i nostri sistemi interni lavorano in parallelo: noi raccogliamo le candidature, le facciamo passare attraverso il primo filtro tecnologico per ordinarle, e poi interviene il lavoro sartoriale dei nostri operatori. Poter gestire direttamente i percorsi di politica attiva ci consente di chiudere il cerchio, costruendo attorno a chi è rimasto ai margini del mercato un percorso mirato fino all'assunzione. Prima non avevamo gli strumenti normativi per attivare questo tipo di inserimenti; oggi offriamo un servizio completo».

«Con gli accreditamenti regionali possiamo gestire direttamente i percorsi di politica attiva, costruendo attorno a chi è rimasto ai margini del mercato un percorso fino all'assunzione»



I numeri confermano questa accelerazione, con un incremento del 16% di fatturato. Quali comparti stanno trainando maggiormente la vostra attività?
«Il motore principale resta legato ai settori storici del nostro tessuto produttivo, a partire dal comparto metalmeccanico, che continua a rappresentare uno zoccolo duro fondamentale per noi. Accanto alla meccanica, però, registriamo una spinta molto forte nella logistica e nel settore sanitario, ambiti in cui la carenza di profili qualificati si fa sentire con particolare urgenza. La nostra forza sta nell'aver costruito negli anni una rete solida di collaboratori e nel riuscire a muoverci con agilità su più fronti. Solo in Lombardia seguiamo costantemente un'ottantina di aziende con esigenze molto diverse tra loro: dalla piccola officina specializzata fino alle realtà strutturate che necessitano di inserimenti continuativi».

In un mercato dove molte imprese tentano ancora la strada della ricerca autonoma, perché affidarsi a un'agenzia strutturata resta una scelta più tutelante sia per chi assume sia per chi cerca occupazione?
«Un'azienda che procede in autonomia si trova spesso sommersa da candidature non pertinenti oppure assume senza avere gli strumenti per verificare le reali capacità operative del candidato. Noi offriamo un filtro preventivo: selezioniamo i profili, ne verifichiamo le competenze tecniche. Lo facciamo anche attraverso prove pratiche nella nostra officina attrezzata per ogni esigenza del mondo metalmeccanico - dove verifichiamo sul campo le reali capacità operative e alla formazione - e gestiamo tutta la parte contrattuale e burocratica. La stessa tutela vale per il lavoratore, che viene indirizzato verso realtà solide, inquadrato correttamente e, se necessario, formato prima di entrare in reparto. In una fase economica dove l'incertezza frena le decisioni a lungo termine, avere accanto un partner affidabile fa la differenza».

Guardando ai prossimi mesi, quali sono le priorità per la crescita di APL Network?
«Il nostro obiettivo principale è blindare e consolidare il fatturato raggiunto, ottimizzando ogni singolo processo interno per renderlo ancora più efficiente, e allo stesso tempo aggredire nuovi mercati. Continueremo a investire sullo sviluppo territoriale, sulla formazione continua e sugli strumenti digitali, senza però dimenticare il nostro tratto distintivo cioè la vicinanza fisica alle aziende e alle persone».

Melissa Braka