



monitorJournal

Osservatorio Professioni e Formazione
Nr. 9 - Dicembre 2006

editoriale



Da sempre la nostra provincia ha coltivato l'attività commerciale, facilitata dalla posizione geografica, ponte con il nord dell'Europa. Lo sviluppo del commercio ha caratterizzato non poco l'economia altoatesina

tanto da incidere per il 12% sul valore aggiunto e per il 15% sull'occupazione. Un settore che ha saputo assorbire manodopera espulsa dal secondario operando quindi un ruolo di ammortizzatore relativamente ai problemi occupazionali ma che negli ultimi anni segna il passo rispetto all'espansione e alla modernizzazione del settore. La rivoluzione dettata da costumi che cambiano e da una situazione economica non delle più felici, fanno segnare il passo ad un commercio fermo a vecchi schemi; il nostro sistema distributivo, se si può dire, è per una popolazione ricca, si vive sempre più a lungo e sempre più troviamo famiglie formate da singole persone, anche per scelte individuali.

Il protezionismo esistente non permette un ampliamento della concorrenza e viene meno, di conseguenza, un'azione calmierante dei prezzi e viene a mancare quasi completamente una distribuzione più diversificata. Sul piano degli occupati si riscontra una media di 2 dipendenti e mezzo per esercizio commerciale evidenziando una presenza massiccia di commercio di vicinato con bassa redditività ed un addetto alla vendita poco professionale e non gratificato. E' necessario quindi uno sforzo maggiore da parte delle imprese sul versante dell'investimento professionale che sappia dare quel valore sociale aggiunto, che si sta perdendo, con corsi formativi, motivando gli addetti, gratificandoli economicamente e creando con le parti sociali quel mix che si traduce con il nome conciliazione e cioè il rapporto del tempo lavoro con il tempo libero, molto sentito nel settore per la presenza massiccia di manodopera femminile.

Per una corretta programmazione delle attività formative, i soggetti privati e pubblici preposti alla loro erogazione, ad esempio lo stesso ente bilaterale del commercio, necessitano di informazioni e di dati sul mercato del lavoro inerente a questo settore nonché di indicazioni sul fabbisogno di professionalità delle imprese. In questa direzione Monitor rappresenta lo strumento più efficace per indagare e analizzare i profili professionali richiesti dal mondo del lavoro ed in particolare nel settore del commercio dove si rende ormai indispensabile un maggior investimento in formazione.

Remigio Servadio

Segretario Provinciale UILTuCS UIL-SGK

Intervista a Dieter Steger

Intervista a Dieter Steger, direttore dell'Unione Commercio Turismo e Servizi

► *L'analisi di settore effettuata nell'ambito del progetto Monitor ha evidenziato come il commercio altoatesino stia attraversando un periodo di stagnazione e che le prospettive di sviluppo del settore nei prossimi tre anni non siano particolarmente positive. Lei condivide questa analisi? Ritiene di dover effettuare delle distinzioni per territorio e/o settore merceologico?*



► Il commercio al dettaglio in Alto Adige è attualmente caratterizzato da luci e ombre. Volendo analizzare la situazione nel dettaglio, si riconosce che nel settore è in atto, secondo quanto rilevato dall'indagine Monitor e confermato dall'istituto austriaco di ricerche "Wifo", - un processo di selezione. Rispetto al 2005 il clima è leggermente peggiorato. In 5 dei 7 settori monitorati la situazione rimane nella media, come ad esempio nei comparti "hobbistica e tempo libero" o "tessili e abbigliamento". Meno soddisfacente è la situazione nella vendita al dettaglio di beni alimentari. Buone prospettive invece si attendono dal comparto „supermercati, minimarket e grandi magazzini“. Per l'anno prossimo il 74,5% dei commercianti al dettaglio prevede buoni risultati. Trend positivo anche per l'occupazione che ha visto una crescita dal 3 al 4% rispetto al 2005. Se si considerano poi i consumi, nel 2007 ci si attende stabilità nella spesa da parte dei clienti altoatesini e dei turisti italiani. Per quanto riguarda i turisti stranieri si prevede invece un maggiore contenimento dei consumi.

Non dimentichiamo comunque che il comportamento dei consumatori negli scorsi 25 anni ha drasticamente virato in un'altra direzione. La spesa relativa agli alimentari rappresenta ad esempio oggi solo il 12,1% dell'intero consumo mensile mentre nel 1980 si attestava ancora al 23,4%. Il mutato comportamento al consumo si avverte quindi soprattutto nel commercio al dettaglio più che in altri settori dell'economia.

Ritengo che il commercio altoatesino negli scorsi anni sia stato oggetto di uno sviluppo fortemente dinamico, con il risultato che oggi vi è un equilibrato rapporto tra piccole, medie e grandi imprese. Attualmente oltre 20.000 persone sono occupate in circa 7.000 aziende locali.

Tener presente il mutato comportamento al consumo, rispondere con coerenza ai nuovi desideri dei consumatori e puntare sui propri punti di forza come garantire qualità, assistenza, consulenza individuale, emozionare all'acquisto o fidelizzare il cliente: sono questi i fattori che determinano il successo nell'attuale commercio al dettaglio. Elemento decisivo, in tal senso, è e resta comunque il servizio al cliente. Non sottovalutiamo questo aspetto!

segue sulla pagina successiva

POWERED BY EUROPE ★

Il settore commercio

Analisi del settore

L'analisi di settore commercio, condotta dai ricercatori di Cesos e Afi-ipl nell'ambito del progetto Monitor, ha perseguito l'obiettivo di analizzare le caratteristiche strutturali e gli scenari evolutivi del settore del commercio in provincia di Bolzano al fine di desumerne gli squilibri occupazionali e professionali attuali e prospettici. Gli esiti della fase di ricerca effettuata presso le imprese sia attraverso l'effettuazione di interviste semistrutturate a testimoni privilegiati e sia tramite la realizzazione di un'indagine campionaria di imprese commerciali estratte casualmente dalla banca dati della CCIAA, possono essere così sintetizzati.

Il settore ha avuto un soddisfacente sviluppo ma vive una fase di sostanziale stagnazione connessa, da un lato, alle difficoltà che le piccole imprese incontrano nel nuovo quadro competitivo, dall'altro, ai limiti imposti alla nascita di grandi superfici commerciali. Con riguardo alle problematiche degli squilibri rispetto a profili e aree professionali emergono essenzialmente le seguenti indicazioni:

► Si rileva una generalizzata carenza di commessi e addetti alla vendita. In particolare si segnala la carenza di addetti alla vendita specializzati in grado di offrire consulenza tecnica durante l'acquisto ed un servizio di assistenza post-vendita. La chiusura di molti piccoli esercizi alimentari ed il parziale abbandono di alcuni mestieri tradizionali (panettiere, macellaio, salumiere, ecc) ha poi determinato la carenza di tali figure nei grandi esercizi despecializzati. Tra le figure più richieste molti intervistati segnalano, infatti, l'addetto al banco di macelleria e l'addetto al banco di salumeria.

► Altre carenze riguardano le aree del marketing, della comunicazione, delle tecniche di vendita ed esposizione della gestione commerciale e finanziaria, delle nuove tecnologie informatiche.

A fronte di tali indicazioni gli intervistati segnalano inoltre la tendenza dei giovani ad allontanarsi dal settore e/o a considerarlo di "passaggio" con i conseguenti problemi di ricambio generazionale per le piccole imprese e di carenza di personale dotato di buone capacità professionali ed esperienza per le imprese medie e grandi.

segue dalla prima pagina

► *Dall'indagine effettuata presso le imprese emerge che le imprese commerciali non sono particolarmente orientate ad investire nella formazione. Quali sono, secondo Lei, i principali ostacoli che impediscono un ulteriore sviluppo della domanda di formazione da parte delle aziende del settore? Di recente la domanda di formazione ha subito modifiche significative?*

► L'offerta di corsi di formazione in Alto Adige rispetto al numero di abitanti è molto più ricca rispetto a quella proposta dal Tirolo e dal Trentino. Non è quindi sempre semplice per le imprese, ma anche per i dipendenti, avere una visione chiara di quale offerente e quale corso siano più adatti per le proprie esigenze. Mancano criteri di confronto obiettivi rappresentati ad esempio dal prezzo, dalla qualità o dall'attuabilità. Inoltre le nuove conoscenze apprese non sono sempre semplici e direttamente misurabili. Per mancanza di tempo le nozioni apprese non possono essere immediatamente applicate. Spesso la mancanza di un tutor esperto – ad esempio un coach sul posto di lavoro – impedisce di applicare alla

I fabbisogni professionali e formativi nel commercio

L'analisi dei fabbisogni professionali e formativi dell'area "Distribuzione commerciale Commercio" costituisce passo successivo all'analisi di settore ed è attualmente in fase di svolgimento. Partendo dagli squilibri professionali rilevati dall'indagine ed espressi dai partecipanti al Tavolo Tematico sono stati definiti l'ambito d'indagine e le figure coinvolte.

Le figure professionali ad oggi individuate sono quelle di:

- **Operatore di vendita**
- **Tecnico di vendita specializzato (abbigliamento – alimentare – no food)**
- **Gestore punto vendita**
- **Esercente**
- **Tecnico Marketing**
- **Vetrinista – allestitore spazi espositivi**
- **Tecnico approvvigionamenti.**

Le figure operano nei diversi ambiti occupazionali (dettaglio, ingrosso, imprese individuali, grande distribuzione, ecc.) e coprono i processi lavorativi ritenuti più significativi. La descrizione di tali figure prevede la verifica e l'integrazione dei contenuti tecnici con testimoni privilegiati ed esperti del settore e la descrizione definitiva delle stesse secondo le modalità previste dal sistema Monitor. Successivamente, sulla base delle figure professionali così descritte, si procederà alla rilevazione dei fabbisogni formativi e professionali seguendo le metodologie proprie di Monitor. La conclusione della ricerca è prevista per marzo 2007.

Impressum

Produzione: monitor - Servizi FSE

Copyright monitor, Autorizzazione del Tribunale n. 10/2005 del 15/06/2005

Direttrice Responsabile: **Dott.ssa Barbara Repetto**

Coordinatrice: **Sandra Favetta**

Via Conciapelli 69 - 39100 Bolzano - Tel. 0471 413143 Fax 0471 413148

E-Mail: Esfbz@provinz.bz.it

Redazione: **Dott.ssa Silvia Schroffenegger**

Layout & Grafica: **CLAB società cooperativa sociale**

Gli interessati possono chiedere di ricevere monitor journal, registrando i propri dati sul sito internet: www.monitorprofessioni.it.

pratica le nozioni teoriche apprese.

Dobbiamo saper riconoscere i segni del tempo! Il trend è chiaro: la domanda di formazione continua per i settori e i contenuti standard è in netto calo. Sempre maggiore importanza assume invece la formazione ad elevato contenuto qualitativo che si occupa di temi attuali e argomenti moderni: "tecniche di vendita e psicologia del cliente", "visual merchandising" o "inglese commerciale" solo per citarne alcuni. Per questo motivo anche l'analisi di Monitor - l'osservatorio per le professioni e la formazione - riveste un ruolo significativo nella pianificazione. Anche l'Unione Commercio Turismo e Servizi offre il proprio contributo in materia di formazione professionale e continua. In collaborazione con l'Ente bilaterale del terziario vengono organizzati non solo corsi professionali specialistici ma si cerca di sensibilizzare gli occupati attraverso diverse campagne pubblicitarie.

Il nostro motto è infatti "Informazione e sensibilizzazione"!