

Commercio, addetti in crescita e l'86% ha il posto fisso

Federdistribuzione

Dal rapporto Pwc e Adapt gli occupati tra 2018 e 2022 sono saliti a 440mila (+7%)

L'occupazione nella distribuzione moderna e organizzata cresce, così come crescono gli investimenti in formazione, che rappresentano una delle specificità di questo ambito del commercio, emersa anche con l'ultimo rinnovo del contratto di lavoro siglato da Federdistribuzione con Filcams, Fisascat e Uiltucs.

Dal rapporto sul mercato del lavoro realizzato dall'associazione con Pwc e Adapt (verrà presentato oggi al Cnel, insieme alle istituzioni e ai sindacati, ne diamo un'anticipazione) risulta che tra il 2018 e il 2022 gli occupati sono saliti a 440mila, in crescita del 7%. E fanno molta formazione. Ogni azienda associata, in media, investe 1,4 milioni di euro all'anno su questo tema e ogni addetto dedica 22,4 ore ai corsi di specializzazione. La gran parte degli addetti opera nella rete che assorbe il 91% dell'occupazione, mentre il 9% nelle sedi. A completare il quadro ci sono altri due dettagli. E cioè la netta prevalenza di donne, che rappresentano il 62,6%, e di contratti a tempo indeterminato, che sono l'86% del totale. Alta anche la quota di part time che arriva al 44%.

Questi dati, come ci spiega il presidente di Federdistribuzione Carlo Alberto Buttarelli, «raccontano un settore fatto di grandi imprese che continuano a crescere, investono molto in termini di sviluppo e presidio del territorio e hanno organizzazioni complesse». Buttarelli si riferisce innanzitutto allo sviluppo delle imprese della distribuzione moderna e organizzata che «è un elemento importante: ogni volta che viene aperto un punto vendita la dimensione occupazionale è sempre significativa. Pur avendo cambiato molti format e concept il no-

stro è un settore che ha dimostrato non solo di avere una tenuta occupazionale importante anche negli anni della pandemia, ma di essere addirittura cresciuto, essendo in grado di sviluppare nuovi modelli ruoli. L'occupazione non arretra, nemmeno di fronte all'evoluzione tecnologica». Per il futuro il settore ha di fronte diverse sfide, legate all'innovazione e all'intelligenza artificiale che ci pongono «un tema di competenze delle persone, da affrontare in due modi: il primo sono le azioni di *upskilling* e *reskilling*, tenuto conto che la nostra popolazione aziendale sta invecchiando e che noi viviamo la *seniority* come un valore. Il secondo modo è attrarre i giovani per fare entrare nelle aziende competenze e *mindset* nuovi, cercando di diffondere la conoscenza delle opportunità che il nostro settore offre».

In questi anni, tutti hanno dovuto affrontare un mercato del lavoro complesso ma le imprese della distribuzione più di altre hanno vissuto il *mismatch* e la difficoltà ad attrarre i giovani, al punto che oggi ben l'82% ha in cima all'agenda della gestione delle risorse umane l'*attraction* e l'*employer branding*. Parlando dei profili più ricercati, le imprese dicono che nel 2024, il 90,3% delle ricerche riguarderà i servizi operativi. In particolare il 61,6% l'addetto alle vendite, il 14,3% lo specialista del settore food, per il 3,5% il caporeparto e per una percentuale analoga lo store manager. Buttarelli osserva che «ci sono molti profili difficili da trovare, tra questi, per esempio, gli specialisti del food che gestiscono le gastronomie dei supermercati sono tra i più ricercati. Nel mercato ci sono mestieri che non si trovano più e anche per questo le aziende hanno strutturato molte attività interne di formazione con scuole di mestieri».

Data la complessità del mercato del lavoro e le continue tensioni legate alla congiuntura economica, Buttarelli richiama alla «necessità di un confronto continuativo con le istituzioni e i sindacati perché le imprese e il mondo del lavoro sono attraversati da cambiamenti continui che impongono

no di essere sempre al passo con i tempi». Le criticità? Sicuramente per noi «riguardano il cuneo fiscale sul lavoro e gli incentivi alle assunzioni su cui serve una maggiore strutturalità. Il nostro è un settore dove c'è una competitività altissima e i margini sono molto dimensionati».

Nelle dinamiche occupazionali che il settore sta vivendo ci sono almeno altre due criticità. La prima è il progressivo invecchiamento dei lavoratori: gli over 50 sono oggi il 23,9% degli occupati, quasi uno su quattro, una percentuale in crescita di oltre 5 punti (5,3%) tra il 2018 e il 2022. Gli under 30 sono invece il 19,5%, contro una media nazionale del 13% e chi ha un'età compresa tra 30 e 50 anni rappresenta il 56,7%. L'altra criticità è dato dal *turn over* che nel 2022 ha raggiunto il 13,3%, dall'8,2% del 2021. Nell'interpretazione di Buttarelli, «questo trend racconta un cambiamento post pandemia della piramide dei valori personali, come evidenziano anche le principali motivazioni che spingono i dipendenti a dimettersi». E cioè la necessità di conciliare vita privata e professionale (83%), i ritmi e i tempi di lavoro (61%) e l'organizzazione del lavoro (33%). «Tutti temi su cui le aziende stanno progettando e sperimentando molto – osserva Francesco Quattrone che è direttore area lavoro e affari generali di Federdistribuzione –. Per il futuro si tratterà di capire, anche con i sindacati, quali azioni mettere in campo».

—C. Cas.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

CARLO ALBERTO BUTTARELLI
Presidente di Federdistribuzione

