

*Ai miei genitori*



# Indice

---

<b>Introduzione</b>	<b>I</b>
<b>Capitolo 1 Le imprese di servizi alle imprese</b>	<b>1</b>
1.1 Il settore dei servizi alle imprese: ruolo ed aspetti definitivi	1
1.1.1 Il ruolo dei servizi alle imprese nel settore terziario	2
1.1.1.1 Mezzo secolo di storia: il terziario in Italia, in Veneto ed in provincia di Padova	6
1.1.2 Servizi alle imprese: determinanti di crescita del settore	14
1.1.3 I servizi alle imprese nell'Unione Europea	15
1.1.4 Servizi alle imprese: la classificazione ISTAT	20
1.2 Gli enti promotori e realizzatori dell'indagine	24
1.2.1 Università di Padova	25
1.2.2 Ente Bilaterale – Padova	25
1.2.2.1 Osservatorio Mercato del Lavoro – Ente Bilaterale	28
1.2.3 Ascom Padova	31
1.3 Obiettivi dell'indagine sulle imprese di servizi alle imprese	32
<b>Capitolo 2 Metodologie e tecniche di ricerca</b>	<b>35</b>
2.1 Suddivisione del settore in aree d'indagine	35
2.1.1 Le indagini dell'Università e dell'Ente Bilaterale	38
2.2 Modalità di raccolta delle informazioni	39
2.2.1 Interviste faccia a faccia	42
2.2.1.1 Schema d'istruzioni per intervistatori in indagini faccia a faccia	43
2.2.2 Interviste telefoniche	47
2.2.2.1 Le rilevazioni <i>computer assisted</i>	47
2.2.2.2 Il questionario elettronico	48
2.2.2.3 Il sistema CAPTOR 1.0	49
2.2.3 <i>Focus Group</i>	50
2.3 Disegno di campionamento	51

---

2.3.1	Struttura del campione	52
2.3.2	Numerosità campionarie	54
2.4	Materiali utilizzati	56
2.4.1	Liste d'impres	56
2.4.2	Questionari	57
2.4.2.1	Questionario per interviste faccia a faccia	58
2.4.2.2	Questionario per interviste telefoniche	62
2.4.2.3	Questionario per <i>focus group</i>	64
<b>Capitolo 3 Imprese di ricerca e selezione del personale</b>		<b>65</b>
3.1	Il settore della gestione delle risorse umane	65
3.1.1	Attività di ricerca e selezione del personale: riferimenti legislativi	68
3.1.2	Attività di fornitura di lavoro temporaneo: riferimenti legislativi	72
3.1.3	Trent'anni di statistiche sull'attività di ricerca, selezione e fornitura di personale	75
3.2	Un'indagine sull'attività di ricerca, selezione e fornitura di personale nel padovano	80
3.2.1	Le società di ricerca e selezione del personale padovane: struttura e dinamica	81
3.2.2	Le società di ricerca e selezione del personale padovane: le professioni	92
3.2.3	Le agenzie per il lavoro padovane: struttura e dinamica	101
3.2.4	Le agenzie per il lavoro padovane: le professioni	111
<b>Capitolo 4 Settore: pubblicità e marketing</b>		<b>119</b>
4.1	Settore: pubblicità e <i>marketing</i>	119
4.1.1	Pubblicità: cenni storici	120
4.1.2	Pubblicità: riferimenti legislativi	123
4.1.3	Trent'anni di statistiche sull'attività di promozione pubblicitaria	124
4.1.4	Organizzazione di fiere, esposizioni, convegni	129
4.2	Un'indagine sulle attività di pubblicità e <i>marketing</i> nel padovano	135
4.2.1	Le agenzie pubblicitarie padovane: struttura e dinamica	135
4.2.2	Le agenzie pubblicitarie padovane: le professioni	144
4.2.2.1	Le figure professionali del Servizio <i>Account</i>	149
4.2.2.2	Le figure professionali dell'area Produzione e diffusione	152
4.2.3	Le imprese padovane che organizzano eventi: struttura e dinamica	158
4.2.4	Le imprese padovane che organizzano eventi: le professioni	167
4.2.4.1	Le figure professionali della Direzione	171

	4.2.4.2	Le figure professionali dell'Area Viaggi	174
	4.2.4.3	Le figure professionali dell'Area Eventi	176
<b>Capitolo 5</b>	<b>Settore: sicurezza dell'ambiente e tutela del territorio</b>		<b>179</b>
5.1	Servizi di investigazione e vigilanza: una panoramica dei settori		180
	5.1.1	Servizi di investigazione privata: cenni storici e legislativi	180
	5.1.2	Servizi di vigilanza privata: cenni storici e legislativi	183
	5.1.3	Vent'anni di statistiche sulle attività di investigazione e vigilanza	185
5.2	Un'indagine sulle attività di vigilanza e investigazione nel padovano		189
	5.2.1	Gli studi e le agenzie di investigazione padovani: struttura e dinamica	190
	5.2.2	Agenzie investigative padovane: le professioni	199
	5.2.3	Le imprese di vigilanza privata padovane: struttura e dinamica	203
	5.2.4	Le imprese di vigilanza privata padovane: le professioni	212
	5.2.4.1	Le figure professionali dell'area amministrativa	214
	5.2.4.2	Le figure professionali dell'area Erogazione dei servizi	214
	5.2.4.3	Le figure professionali dell'area Commerciale	217
5.3	Attività di pulizia e disinfestazione: cenni legislativi		219
	5.3.1	Trent'anni di statistiche sull'attività di pulizia e disinfestazione	221
5.4	Un'indagine sulle attività di pulizia e disinfestazione nel padovano		225
	5.4.1	Le imprese di pulizia e disinfestazione padovane: struttura e dinamica	226
	5.4.2	Le imprese di pulizia e disinfestazione padovane: le professioni	236
	5.4.2.1	Le figure professionali dell'area tecnica	237
	5.4.2.2	Le figure professionali dell'area operativa	239
<b>Capitolo 6</b>	<b>Le opinioni sui nuovi corsi di laurea</b>		<b>241</b>
<b>Capitolo 7</b>	<b>Conclusioni</b>		<b>251</b>
<b>Glossario</b>			<b>257</b>
<b>ALLEGATI</b>			<b>289</b>

ALLEGATO A1	<i>Lettera di invito al focus group organizzato per imprese di pulizia e disinfestazione</i>	
ALLEGATO A2	<i>Lettera di invito al focus group organizzato per imprese di investigazione e vigilanza</i>	
ALLEGATO A3	<i>Lettera di presentazione per intervista faccia a faccia</i>	
ALLEGATO A4	<i>Lettera di presentazione per intervista telefonica</i>	
ALLEGATO B1	<i>Questionario traccia per focus group</i>	
ALLEGATO B2	<i>Questionario per intervista faccia a faccia</i>	
ALLEGATO B3	<i>Questionario per intervista telefonica</i>	
<b>Bibliografia</b>		<b>291</b>
<b>Ringraziamenti</b>		<b>293</b>

# ***INTRODUZIONE***

Il mercato del lavoro sta cambiando velocemente e, con esso, il panorama delle risorse professionali.

Con l'entrata in vigore della Legge 14 febbraio 2003 n. 30, la cosiddetta Legge Biagi, l'universo lavorativo italiano ha modificato i propri confini. Sono stati introdotte nuove tipologie contrattuali, sconosciute al legislatore italiano e, nella gran parte dei casi, mutate dal contesto economico – giuridico americano. Sono state regolamentate inoltre, e per la prima volta, le attività di ricerca, selezione e assistenza alla ricollocazione del personale, definendone i contenuti e regolando il sistema di autorizzazioni e di accreditamenti previsto per l'esercizio di dette attività.

L'apertura ai privati dei servizi per l'impiego ha reso possibile una rapida crescita del settore di ricerca e selezione del personale nel Paese, favorendo una reciproca relazione tra le imprese e una pluralità di organismi, diretti a fornire loro manodopera e a individuare insieme profili professionali sempre più adeguati alle esigenze.

Di conseguenza continuano ad aumentare le richieste di professionalità specifiche e dalle competenze altamente specializzate. Sono nate nuove professioni che concretizzano queste esigenze, mentre altre hanno modificato il proprio profilo, arricchendosi di nuovi elementi conoscitivi.

Tuttavia il divario tra la domanda di occupazione e l'offerta, dovuto alla carenza quantitativa e qualitativa di professionalità in linea con le necessità delle aziende e con le mutate esigenze di *business*, rimane elevato.

La recente riforma universitaria, che ha tentato di velocizzare il tradizionale percorso di studi (col cosiddetto sistema del “tre più due”) e di intensificare altresì il rapporto “scuola - lavoro” (con periodi obbligatori di *stage* formativi presso aziende private e pubbliche) rappresenta un tentativo per

colmare questo divario, così come tutte le ricerche e le indagini promosse per individuare i nuovi profili professionali richiesti oggi.

Dall'anno 2001 l'Università di Padova ha iniziato uno studio dei mercati locali del lavoro, conducendo sul territorio veneto una serie di indagini nell'ambito di diversi settori economici. Dall'anno 2003, l'Università è stata affiancata in questo progetto di Osservatorio sul Mercato del Lavoro dall'Ente Bilaterale, organismo paritetico sorto nell'ambito di un "Accordo quadro generale per la Provincia di Padova in materia di occupazione giovanile".

Il presente lavoro è nato dallo svolgimento di una delle indagini previste dall'Osservatorio i cui obiettivi principali sono:

1. descrivere i profili delle figure professionali impiegate nelle aziende, individuandone le mansioni svolte, le caratteristiche e le competenze richieste;
2. delineare una rappresentazione sintetica e semplice della situazione corrente del mercato del lavoro, nonché una possibile previsione della situazione futura.

Le informazioni necessarie per raggiungere questi obiettivi sono state ricavate interpellando direttamente i responsabili ed i titolari delle aziende oggetto di studio.

Il settore delle attività economiche di interesse in questa indagine è quello dei "servizi per le imprese" definito come *l'aggregato produttivo che comprende attività di lavoro prevalentemente immateriali che costituiscono un input intermedio alla produzione, complementare a quelli materiali tradizionalmente considerati (materie prime, semilavorati, energia, ecc.)* (Biagioli et al., 1993).

Oggi, nella Comunità Europea, questo settore risulta essere il più vasto dell'economia: nel 2001 le attività economiche in esso comprese impiegavano circa 55 milioni di persone, ossia quasi il 55% dell'occupazione complessiva nell'economia di mercato dell'UE. Quello dei servizi per le imprese è, inoltre, il settore più dinamico in termini di costituzione di nuove imprese. Infatti, oltre i due terzi di tutte le nuove imprese europee fanno parte di questo settore (Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle Regioni, 2003).



Il settore, così come viene definito in Italia nella classificazione delle attività economiche effettuata dall'ISTAT, risulta estremamente ampio ed eterogeneo. Include, infatti, le attività di consulenza e di ricerca, le attività degli studi tecnici, le attività di promozione pubblicitaria e di ricerca e selezione di personale; le attività di vigilanza, di pulizia e disinfestazione e tante altre attività non classificabili sotto altre categorie merceologiche (ad esempio l'imballaggio per conto terzi, le attività dei *call – center*, il recupero crediti e molte altre).

Considerate l'ampiezza e l'eterogeneità del settore, le attività economiche in esso incluse sono state suddivise in diverse aree di studio, ripartendo l'intera ricerca in più occasioni d'indagine.

L'Ente Bilaterale di Padova, con la collaborazione del Dipartimento di Scienze Statistiche dell'Università di Padova, ha condotto questa prima indagine sui “servizi alle imprese” nel territorio della provincia di Padova. Ha preso in esame le imprese che svolgono servizi di ricerca, selezione, collocamento e supporto per il ricollocamento di personale; le imprese di promozione pubblicitaria e che svolgono servizi di organizzazione di eventi (fiere, mostre, congressi, esposizioni, convegni, ecc.); le imprese di investigazione e vigilanza e le imprese di pulizia e disinfestazione.

Il presente studio è avvenuto durante e dopo lo svolgimento di questa indagine, in seguito anche ad un periodo di *stage* svolto presso l'associazione di categoria Ascom di Padova, membro dell'Ente Bilaterale incaricato di dirigere le varie fasi della ricerca in collaborazione con l'Università di Padova (Ufficio Stage e Mondo del Lavoro).

Nel primo capitolo si descrive il settore dei servizi alle imprese in linea generale (paragrafo 1.1); gli aspetti definatori, il ruolo occupato all'interno del terziario (paragrafo 1.1.2), le cause determinanti della sua crescita esplosiva in Italia ed in Europa (paragrafo 1.1.3) e l'andamento nell'Unione Europea (paragrafo 1.1.3). Si descrivono poi gli enti promotori e realizzatori della ricerca (paragrafo 1.2) ed infine vengono elencati nel dettaglio gli obiettivi dell'indagine (paragrafo 1.3).

Nel secondo capitolo si riporta la descrizione delle metodologie applicate nel corso della ricerca, la suddivisione del settore in aree di indagine (paragrafo 2.1), le modalità di raccolta delle informazioni (paragrafo 2.2), i disegni di campionamento adottati (paragrafo 2.3) ed i materiali utilizzati (paragrafo 2.4).

Nel terzo capitolo viene descritto il settore delle risorse umane, con particolare riferimento alla fase di “ricerca e selezione del personale”. Vengono forniti riferimenti storici sullo sviluppo di questa attività in Italia ed alcuni cenni legislativi utili ad inquadrarne la recente regolamentazione (paragrafo 3.1). Segue la presentazione dei risultati dell’indagine condotta sulle imprese patavine che svolgono questa attività; vengono fornite e commentate tabelle riassuntive sui dati raccolti relativamente a struttura ed organizzazione delle aziende, nonché agli andamenti passati e previsti. Infine vengono elencate e descritte nel dettaglio le figure professionali prevalentemente impiegate in queste imprese, le principali mansioni svolte, le competenze tecniche e specialistiche necessarie, i requisiti personali richiesti (paragrafo 3.2). Tutte le informazioni utilizzate per completare la descrizione di queste nuove figure professionali, peraltro sempre più richieste in seguito alla “legge Biagi” ed al conseguente sviluppo del settore, sono state ottenute interpellando direttamente (tramite contatto diretto e telefonico) i responsabili ed i titolari delle aziende padovane operanti nel settore di “ricerca e selezione del personale”.

Il quarto capitolo, strutturato all’incirca come il terzo capitolo, contiene la descrizione sommaria del settore “pubblicità e *marketing*” e delle attività economiche in esso incluse, così come è stato deciso durante la fase di progettazione della ricerca. Viene descritto l’andamento del settore negli ultimi trent’anni (in termini di numero di unità locali e di addetti) con l’aiuto di rappresentazioni grafiche di dati di serie storiche e si forniscono alcuni cenni legislativi utili a comprendere meglio la regolamentazione del settore in Italia (paragrafo 4.1). In seguito si presentano i risultati dell’indagine svolta con l’ausilio di tabelle sintetiche che descrivono struttura, organizzazione, andamenti e previsioni sia delle agenzie pubblicitarie, sia delle imprese specializzate nell’organizzazione di eventi padovane. Seguono l’elenco e le descrizioni dettagliate (principali mansioni svolte, competenze tecnico –

specialistiche necessarie, requisiti personali richiesti) delle figure professionali individuate negli organici delle imprese interpellate (paragrafo 4.2).

Nel quinto capitolo si riporta lo studio effettuato sul comparto che è stato denominato “sicurezza dell’ambiente e tutela del territorio” e che comprende le attività di investigazione, di vigilanza e di pulizia. Anche per questi settori, pur con qualche difficoltà riscontrata nel reperimento di informazioni e nella ricerca di letteratura sull’argomento, vengono descritti gli andamenti storici registrati in Italia e i principali spunti legislativi che regolamentano le attività d’interesse (paragrafi 5.1 e 5.3). In seguito si presentano i risultati dell’indagine, schematizzati in tabelle riassuntive relative a struttura, organizzazione, andamento passato e previsto delle agenzie investigative, delle imprese di vigilanza e delle imprese di pulizia patavine (paragrafi 5.2.1, 5.2.3 e 5.4.1). Seguono l’elenco e la descrizione dettagliata delle figure professionali prevalentemente impiegate in queste imprese (paragrafo 5.2.2, 5.2.4 e 5.4.2), tra le quali si sottolinea la figura dell’investigatore privato, particolarmente difficile da descrivere date le innumerevoli competenze ed abilità che le vengono richieste, nonché la particolare situazione legislativa che la circonda (paragrafo 5.2.2.1).

Il sesto capitolo è dedicato alla descrizione, per ogni settore di interesse, delle opinioni manifestate dalle persone intervistate in merito ai nuovi corsi di laurea (il cosiddetto sistema del “tre più due”), nati in seguito alla recente riforma universitaria.

Nel capitolo sette, infine, vengono riassunti e schematizzati in modo sintetico i principali risultati ottenuti da questa indagine sui “servizi per le imprese”. Vengono menzionate quindi le informazioni più originali e degne di nota ricavate dai vari settori oggetti di studio sia in merito a struttura, organizzazione ed andamenti delle imprese interpellate, sia per quanto riguarda i profili professionali, “nuovi” e “modificati”, individuati al loro interno.



# CAPITOLO 1

## Le imprese di servizi alle imprese

---

### 1.1 Il settore dei servizi alle imprese: ruolo ed aspetti definitivi

A partire dalla seconda metà degli anni Settanta si è rapidamente sviluppata la consapevolezza dell'importanza strategica che nelle economie moderne ha assunto la rete dei servizi al sistema delle imprese.

I servizi alle imprese sono *l'aggregato produttivo che comprende attività di lavoro prevalentemente immateriali che costituiscono un input intermedio alla produzione, complementare a quelli materiali tradizionalmente considerati (materie prime, semilavorati, energia, ecc.)* (Biagioli et al., 1993).

Se si analizza un prodotto dell'attività umana in qualsiasi fase della storia, si riscontra l'esistenza di due momenti concomitanti e complementari: l'impiego e la manipolazione di supporti fisici (*input* materiali) e lo sfruttamento di risorse cognitive (*input* immateriali) che presiedono la fase di ideazione di nuovi prodotti e/o processi e il controllo del processo produttivo.

Le due componenti, materiale ed immateriale, hanno assunto nel tempo un peso variabile in ragione del modo di produzione e delle tecnologie. Ad esempio, attualmente si riscontra un impiego massiccio dell'informatica nella gestione del processo produttivo, con il conseguente trasferimento delle

funzioni “nobili” di controllo e coordinamento dall’uomo alla macchina, un accresciuto fabbisogno di informazioni a supporto del processo decisionale nella gestione dell’intero ciclo produttivo dalla progettazione alla commercializzazione, nonché una crescente richiesta di supporto nel reperimento di risorse umane.

Il fenomeno di ridimensionamento delle due componenti ha portato ad una nuova divisione e specializzazione del lavoro dentro e tra le imprese e pertanto comporta notevoli conseguenze sul piano della composizione sociale e funzionale dell’occupazione. Infatti, da una parte si va manifestando anche in Italia un processo di *terziarizzazione* delle imprese manifatturiere attraverso assetti organizzativi interni sempre più complessi e la creazione di nuove funzioni per la pianificazione strategica, la gestione del sistema informativo, la promozione dei mercati, ecc.; dall’altra si sono recentemente sviluppate nuove iniziative imprenditoriali, giuridicamente ed economicamente autonome, in grado di fornire un’ampia gamma di servizi al sistema produttivo.

Questo fenomeno presenta pertanto caratteri peculiari ed ha le sue radici economiche nel clima di competizione globale in cui operano le imprese e nei processi di sfruttamento delle opportunità consentite dall’emergere di nuove tecnologie; la sua genesi e le determinanti di fondo non possono pertanto essere lette alla luce dei tradizionali schemi interpretativi della crescita del cosiddetto *settore terziario*.

### **1.1.1 Il ruolo dei servizi alle imprese nel settore terziario**

Nei paesi ad economia evoluta, come l’Italia, la progressiva affermazione del processo di terziarizzazione (si vedano gli indici di terziarizzazione<sup>1</sup> nella

---

<sup>1</sup> L’indice di terziarizzazione si definisce come il rapporto tra la percentuale della popolazione attiva occupata nel terziario e la somma delle percentuali della popolazione attiva occupata negli altri due settori produttivi (primario e secondario). Un indice di terziarizzazione maggiore di 1 indica che la percentuale di popolazione attiva occupata nel terziario è superiore a quella occupata negli altri due settori.

tabella 1.1) ha reso sempre più evidente la necessità di procedere ad una riconsiderazione del terziario.

La tradizionale classificazione nei settori primario, secondario e terziario si dimostra del tutto insoddisfacente e non in grado di cogliere l'estrema complessità e varietà delle funzioni esercitate dal comparto dei servizi. Infatti, più che da un insieme di attività omogenee, il terziario viene tradizionalmente definito in modo *residuale*, nel senso che ospita tutte quelle attività che non concorrono alla produzione fisica di un bene e che quindi non possono considerarsi né agricoltura né industria (Clark, 1957).

**Tabella 1.1** *Indice di terziarizzazione in Italia dal 1999 al 2002.*

Anno	Indice di terziarizzazione in Italia
1999	1,62
2000	1,67
2001	1,70
2002	1,71

Fonte: ISTAT, Indagine sulle forze di lavoro, 1999, 2000, 2001, 2002.

Tuttavia, nelle società più progredite, l'evoluzione dell'economia al passo con la tecnologia, ha portato il settore terziario in una posizione nettamente predominante sia dal punto di vista economico, sia da quello occupazionale. In particolare, nei paesi caratterizzati da una struttura produttiva post – industriale, come l'Italia, la percentuale di occupazione, nel settore dei servizi, è superiore ai due terzi del totale (Biagioli et al., 1993).

Diventa quindi impensabile mantenere in termini aggregati questo poderoso complesso di attività produttive, anche in ragione del fatto che al suo interno convivono funzioni molto eterogenee tra loro. Identificare e raggruppare in categorie logiche riconoscibili il composito ed eterogeneo mondo dei “servizi” soddisfa non solo l'esigenza di fornire a questi fenomeni produttivi una soddisfacente cornice di riferimento, ma suggerisce anche la predisposizione di una compartimentazione che tenga conto delle rispettive specificità o del grado di omogeneità.

E' ormai chiarito quindi come il terziario non possa più essere considerato un insieme omogeneo né tanto meno un settore residuale.

Uno stimolo critico al superamento delle impostazioni tradizionali della crescita del settore inteso come aggregato omogeneo è emerso proprio nella osservazione della dinamica del comparto dei servizi alle imprese.

Si è ormai potuto verificare che la crescita del comparto dei servizi al sistema produttivo, usualmente classificato nel terziario, non può essere assimilata al processo di generale terziarizzazione dell'economia che ha portato nel corso dell'ultimo decennio alla profonda modificazione della composizione sociale dell'occupazione. All'interno di questo aggregato si distinguono componenti molto eterogenee, soprattutto con riguardo alle relazioni con il resto del sistema economico ed in particolare col sistema manifatturiero. Vi sono infatti interi settori, come quello pubblico o quello che raccoglie i servizi alle persone, che sono stati e sono più sensibili alla crescita generale del reddito piuttosto che alle trasformazioni del sistema industriale.

Al contrario, *il terziario per il sistema delle imprese*, oggetto di questo lavoro, è un segmento produttivo la cui dinamica economica è fortemente legata a quella del sistema manifatturiero, da cui mutua spesso esperienza professionale, know how tecnico ed organizzativo, imprenditorialità, ecc..

La sottolineatura di questo nesso, tra servizi alle imprese e sviluppo del sistema manifatturiero, conferma la mancanza di fondamento esplicativo di quella corrente di pensiero che, preoccupata dei futuri scenari occupazionali, individuava nel processo di terziarizzazione una possibile minaccia allo sviluppo produttivo del settore manifatturiero (deindustrializzazione), settore che per i tassi di incremento della produttività è considerato tradizionalmente il motore della crescita dell'intero sistema. Al contrario, l'osservazione dell'integrazione industria/terziario ridimensiona di molto le aspettative di chi, assistendo alla rapida crescita in occupazione e valore aggiunto dei servizi al sistema produttivo, riteneva che il terziario potesse sostituire l'industria nel ruolo di propulsore della crescita.

Pertanto, l'approccio concettuale che appare in prima approssimazione più efficace nel descrivere la dinamica delle diverse componenti del settore



terziario è quello di scomporlo in relazione alle interconnessioni strutturali che si determinano con il resto del sistema economico misurandone, in definitiva, il grado di attivazione. E' possibile pertanto distinguere tra:

- servizi destinati al consumo finale (*servizi alla persona*) e
- servizi che entrano come *input* intermedi nel processo produttivo (*servizi alle imprese*).

Va sottolineato che la possibilità di valutare le interconnessioni che si determinano con il resto del sistema economico, sulla base delle analisi svolte attraverso lo studio delle interdipendenze strutturali, mostra come il comparto dei *servizi alle imprese*<sup>2</sup> sia quello con la più complessa rete di interconnessioni, sia a monte che a valle. In tal modo esso svolge un importante ruolo di *cerniera*, non solo fornendo ai settori ad esso integrati nuove opportunità, attraverso la disseminazione di informazioni, ma anche adempiendo ad un'importante funzione di *fertilizzazione incrociata* che consiste nel trasferire orizzontalmente sul piano intersettoriale innovazioni in origine proprie di un settore, ma estendibili, grazie anche alla pervasività delle nuove tecnologie, ad altri.

Va sottolineato ancora una volta che all'interno del settore dei servizi al sistema produttivo convivono attività tra loro molto eterogenee, sia per la destinazione prevalente dei prodotti/servizi, sia per la natura stessa dei servizi forniti. Sotto il primo profilo si può notare come, mentre alcuni comparti forniscono prestazioni sia al settore di consumo finale sia al sistema produttivo (per esempio i trasporti, i servizi di credito, quelli assicurativi, ecc.), ve ne sono altri che erogano servizi esclusivamente destinati alle imprese, siano esse di produzione o di servizio (è il caso della pubblicità, della ricerca e sviluppo, della fornitura di software, della ricerca e selezione di personale).

---

<sup>2</sup> Così è denominata la classe 74 della sezione K della classificazione ISTAT delle attività economiche (cfr. par.1.1.4).

### **1.1.1.1 Mezzo secolo di storia: il terziario in Italia, in Veneto ed in provincia di Padova**

In questo paragrafo verranno riportati alcuni dati relativi allo sviluppo del settore terziario in Italia, con particolare attenzione per il Veneto e per la Provincia di Padova.

Lo scopo è quello di confermare le tesi sostenute nei paragrafi precedenti, il fatto cioè che il settore in questione ha ormai raggiunto livelli di sviluppo talmente elevati da risultare la principale fonte di risorse economiche e posti di lavoro in quasi tutto il territorio italiano.

Gli andamenti dello sviluppo del terziario vengono valutati, in seguito, utilizzando alcuni dati tratti dal *Censimento dell'industria e dei servizi* condotto dall'ISTAT dal 1951 al 1991 oltre a quelli tratti dal *Censimento intermedio dell'industria e dei servizi*<sup>3</sup>, svolto nel 1996.

Il settore viene distinto in tre principali sezioni: commercio, alberghi e pubblici esercizi, attività e servizi vari. Quest'ultima sezione in particolare è stata suddivisa in servizi per le imprese, i cui dati sono disponibili soltanto dal Censimento del 1971, servizi ricreativi e servizi alla persona.

La tabella 1.2 mostra il numero di unità locali e addetti del settore presenti in Italia dal 1951 al 1996. Per questo ultimo anno non sono disponibili i dati relativi al numero di addetti, ma soltanto quelli inerenti al numero di unità locali. Il grafico 1.1 rappresenta gli andamenti nel tempo del numero di unità locali, per ogni gruppo di attività. Si nota la prevalenza delle unità locali appartenenti ai pubblici esercizi, con una punta massima nel 1991 (1.085.538 unità, circa il doppio delle unità presenti nel 1951), ma con una tendenza a diminuire nel 1996, dovuta al decremento consistente degli esercizi ricettivi (Bardin, 2004).

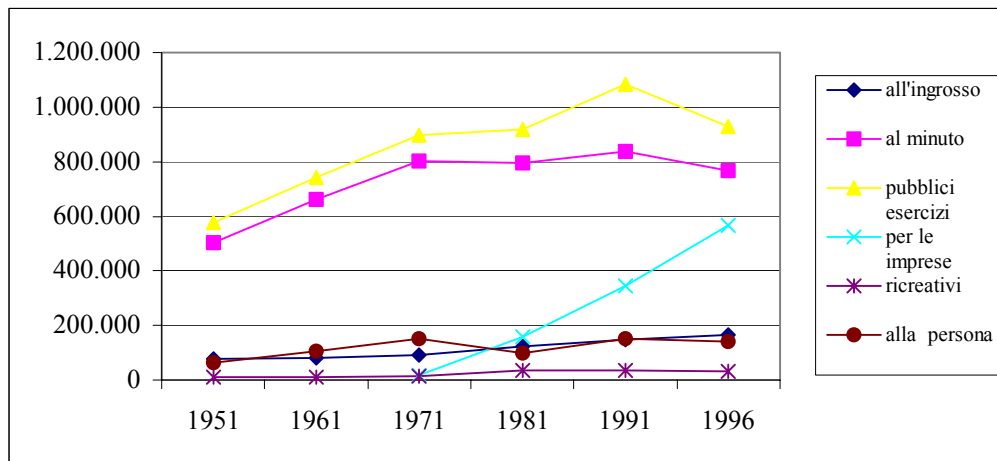
---

<sup>3</sup> L'Istat ha realizzato un nuovo censimento economico chiamato "intermedio" poiché, per la prima volta nella storia dei censimenti economici, non rispetta la cadenza decennale.

**Tabella 1.2** Numero di unità locali (U. loc.) e addetti nel settore terziario, dal 1951 al 1996, in Italia.

Anni		Commercio		Alberghi pubblici esercizi	Attività e servizi vari		
		ingrosso	minuto		per le imprese	ricreativi	alla persona
1951	U. loc.	75.960	501.806	577.820		9.958	62.135
	Addetti	244.388	957.617	1.202.005		46.882	122.417
1961	U. loc.	81.033	663.022	744.055		10.262	107.257
	Addetti	376.826	1.332.524	1.709.350		48.697	238.799
1971	U. loc.	92.502	803.387	895.889	17.542	14.262	150.498
	Addetti	478.709	1.572.441	2.051.150	49.648	57.103	323.573
1981	U. loc.	124.541	795.400	919.941	158.479	35.780	99.225
	Addetti	650.989	1.514.222	2.165.211	444.637	187.093	241.208
1991	U. loc.	148.003	837.535	1.085.538	344.757	35.615	152.987
	Addetti	733.154	19.110.118	2.644.172	1.055.484	70.043	258.574
1996	U. loc.	163.989	765.949	929.938	566.346	33.366	141.903

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi 1951, 1961, 1971, 1981, 1991, 1996.

**Grafico 1.1** Distribuzione delle unità locali del settore terziario, dal 1951 al 1996, in Italia.

Estremamente interessante risulta l'andamento del numero di unità locali impegnate nel settore dei servizi alle imprese, oggetto di questa indagine; è dal 1971 in continua e rapida crescita e non mostra segni di rallentamento nella sua fase di sviluppo. Stazionari invece gli andamenti delle altre attività

comprese nei servizi, ricreativi e alla persona, che non mostrano particolari segni di crescita o diminuzione.

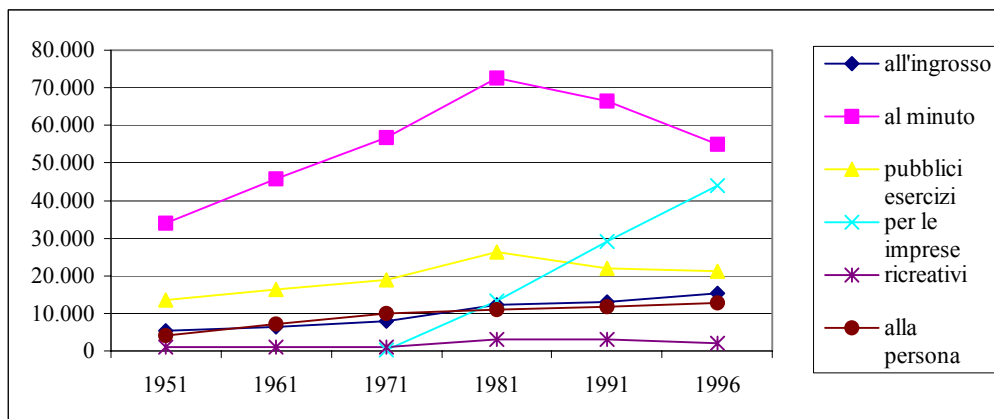
Per quanto riguarda gli andamenti del terziario in Veneto, la tabella 1.3 mostra i numeri di unità locali e di addetti impegnati nel settore dal 1951 al 1996.

Da qualche decennio l'agricoltura non occupa più il primo posto fra le attività economiche del Veneto: sono infatti notevolmente cresciuti sia l'industria che il terziario. Per quanto riguarda l'industria e l'artigianato, l'intera regione è caratterizzata dalla presenza di numerose piccole e medie imprese che hanno dato il via ad un modello economico che ha consentito a questa regione di diventare in questi ultimi anni la vera locomotiva economica dell'Italia con un tasso di disoccupazione appena superiore al 5% (Bardin, 2004).

La tabella 1.3 ed il grafico 1.2 mostrano una netta superiorità, in termini di unità locali, per il settore del commercio al minuto, che comunque presenta una tendenza verso il calo a partire dal 1981 (il numero di unità locali passa infatti da 72.491 del 1981 a 54.928 del 1996, calo corrispondente a circa il 30%).

Si nota anche in Veneto l'andamento di costante e rapida crescita nelle unità locali destinate all'erogazione di servizi per le imprese: dal 1971 al 1996 il numero di unità locali è passato da 382 a 43.853.

**Grafico 1.2** *Distribuzione delle unità locali del settore terziario dal 1951 al 1996, in Veneto.*



**Tabella 1.3** Numero di unità locali e addetti del settore terziario, dal 1951 al 1996, in Veneto.

Anni		Commercio		Alberghi pubblici esercizi	Attività e servizi vari		
		ingrosso	minuto		per le imprese	ricreativi	alla persona
1951	<i>U. l.</i>	5.459	33.880	13.579	---	912	4.123
	<i>Addetti</i>	18.649	74.214	33.171	---	3.489	6.774
1961	<i>U. l.</i>	6.410	45.794	16.439	---	975	7.117
	<i>Addetti</i>	30.410	104.559	44.975	---	3.624	13.214
1971	<i>U. l.</i>	7.871	56.861	18.884	382	1.111	10.028
	<i>Addetti</i>	42.183	122.260	50.804	1.608	3.642	16.750
1981	<i>U. l.</i>	12.158	72.491	26.274	13.408	2.961	11.008
	<i>Addetti</i>	60.762	158.269	73.225	34.425	9.894	18.817
1991	<i>U. l.</i>	12.975	66.436	22.052	29.260	3.066	11.842
	<i>Addetti</i>	73.027	150.518	74.584	86.181	7.740	22.800
1996	<i>U. l.</i>	15.376	54.928	21.191	43.853	2.106	12.705

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 1996.

Si analizzano inoltre gli andamenti dei diversi settori appartenenti al terziario nella Provincia di Padova. Le tabelle 1.4 e 1.5 aiutano ad inquadrare Padova nel panorama dell'economia nazionale, del Nord – Est e del Veneto.

La tabella 1.4 mostra il numero di imprese operanti a Padova ed il contributo, sempre in termini di numero di imprese, che questa provincia apporta rispettivamente al Veneto, al Nord – Est ed all'Italia nei diversi settori di attività economica; i dati utilizzati provengono da elaborazioni dell'ufficio studi della Camera di Commercio su dati INFOCAMERE e sono aggiornati all'anno 2001. Se si considera che, nell'ipotesi di equidistribuzione delle imprese, il Veneto dovrebbe ottenere da ciascuna delle sue sette province un contributo pari al 14,3% circa, si noterà che Padova supera tale quota in tutti i settori di attività, fatta eccezione per alberghi e ristoranti, il cui contributo resta comunque sull'ordine del 14%.

**Tabella 1.4** Numero di imprese presenti a Padova, in Veneto, nel Nord – est ed in Italia e contributo<sup>4</sup> percentuale fornito da Padova al Veneto al Nord-Est ed all'Italia.

Settori di attività (codice ATECO 2002)	Tot. imprese Pd	Tot. imprese Veneto	Tot. imprese Nordest	Tot. imprese Italia	Contributo percentuale fornito da Padova a		
					Veneto	Nordest	Italia
Primario +							
Secondario	48.796	235.142	339.211	2.297.814	20,75	14,38	2,12
Commercio							
ingrosso/minuto	23.226	104.226	147.661	1.369.867	22,28	15,73	1,69
Alberghi e							
Ristoranti	2.955	21.064	38.672	230.326	14,03	7,64	1,28
Trasporti, magazz., comunicaz.	3.438	17.101	24.077	185.979	20,10	14,28	1,85
Intermediazione							
monet. e finanz.	1.723	8.328	11.893	96.630	20,69	14,49	1,78
Attività imm., nolo, inform., ric., serv. imp.	9.427	41.109	57.176	430.793	22,93	16,49	2,19
Servizi ricreativi e personali	3.612	18.194	26.186	237.620	19,85	13,79	1,52
Terziario	44.381	210.022	305.665	2.551.215	21,13	14,52	1,74
<b>Tot. Settori</b>	<b>93.177</b>	<b>445.164</b>	<b>644.876</b>	<b>4.849.029</b>	<b>20,93</b>	<b>14,45</b>	<b>1,92</b>

Fonte: elaborazione uff. studi CCIAA su dati INFOCAMERE 2001.

I due settori ai quali Padova contribuisce maggiormente nel Veneto sono i servizi per le imprese (22,93%) ed il commercio (22,28%). Ancora, considerando il territorio del Nord-Est, il contributo che dovrebbe apportare ogni sua provincia nell'ipotesi di equidistribuzione delle imprese, dovrebbe essere pari al 7,7%; Padova rispetta questa quota soltanto nel settore alberghiero e di ristorazione, raddoppiandola invece per tutti gli altri settori del

<sup>4</sup> Contributo calcolato come frazione del numero di imprese presenti a Padova rispettivamente sul totale delle imprese presenti in Veneto, nel Nord-Est ed in Italia.

terziario e addirittura superandone il doppio nei servizi alle imprese (16,49%) e nel commercio (15,73%).

Considerando invece le 103 province italiane, il loro singolo contributo all'Italia, sempre nell'ipotesi di equidistribuzione delle imprese, dovrebbe essere pari a circa 0,97% e ancora Padova lo supera in tutti i settori. Si sottolinea in particolare che il contributo più alto viene apportato nei servizi alle imprese ed è pari al 2,2% circa.

A fronte di questi dati si può affermare che la provincia di Padova si mantiene su livelli piuttosto elevati nel numero di imprese impegnate in tutti i settori economici; le uniche attività economiche nelle quali la Provincia mantiene un numero di imprese intorno alla media sono quelle turistiche (alberghi e ristoranti), ma per il resto Padova si dimostra ancora competitiva ed anzi in costante crescita.

Tutto ciò viene ulteriormente confermato dalla tabella 1.5, in cui viene riportata la posizione ricoperta da Padova in un'ipotetica graduatoria delle province per ogni gruppo di attività economica (calcolata sempre in base al numero di imprese attive nel territorio). Padova si posiziona al primo posto nel commercio e nei servizi alle imprese sia in Veneto che nel Nord-Est; significative risultano anche le posizioni occupate in Italia negli stessi settori, rispettivamente undicesima nel commercio ed ottava nei servizi alle imprese. Le prime posizioni vengono occupate anche negli altri servizi, come istruzione, sanità e assistenza sociale, attività finanziarie e trasporti; questo conferma una Padova predominante nel settore terziario, non soltanto in Veneto, ma in tutto il Nord-Est d'Italia.

Soffermandosi sugli sviluppi del terziario a Padova, si possono valutare gli andamenti dei diversi settori negli ultimi cinquant'anni in termini di unità locali e addetti (Tabella 1.6).

**Tabella 1.5** *Posizione di Padova, rispetto al numero di imprese attive, ricoperta in Veneto, nel Nord – est ed in Italia.*

Codice ATECO 2002	Posizione di Padova ricoperta in		
	Veneto (1-7)	Nordest (1-13)	Italia (1-103)
A Agricoltura, caccia e silvicoltura	1	1	4
B Pesca, piscicoltura e servizi connessi	5	8	52
C Estrazione di minerali	3	5	41
D Attività manifatturiere	2	2	9
E Produz. e distribuz. di en. el., gas, acqua	1	4	17
F Costruzioni	2	2	10
G Commercio all'ingrosso e al dettaglio	1	1	11
H Alberghi e ristoranti	4	7	19
I Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	1	1	9
J Attività finanziarie	1	1	11
K Attività imm., noleggio, inform., ricerca, servizi alle imprese	1	1	8
M Istruzione	1	1	12
N Sanità e assistenza sociale	1	1	17
O Altri servizi pubblici, sociali e personali	2	2	16
P Attività svolte da famiglie e convivenze	2	8	20

Fonte: elaborazione ufficio studi CCIAA su dati INFOCAMERE, 2001.

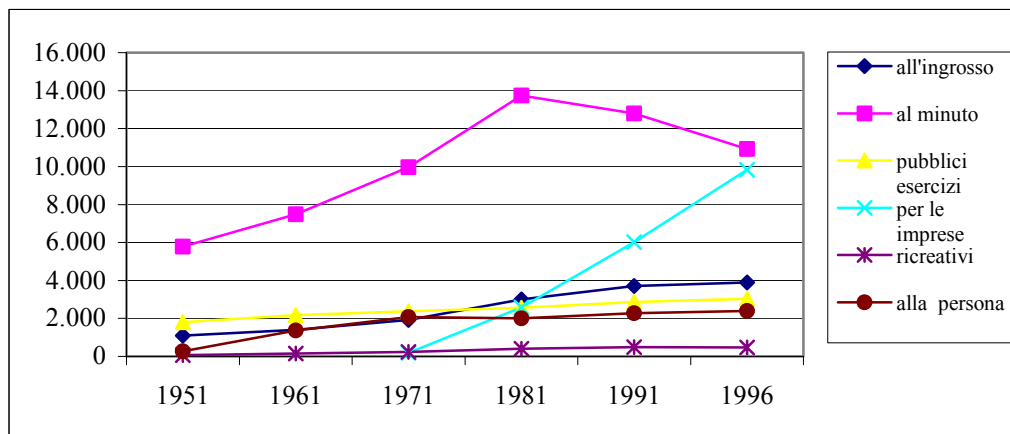
Nella tabella 1.6 e nel grafico 1.3 si nota la predominanza in termini di unità locali del commercio al minuto, nonostante una tendenza al calo che si manifesta dal 1981, passando da 13.741 unità a 10.917 del 1996 (calo corrispondente al 26% circa). Ancora una volta risulta molto interessante l'andamento delle unità locali impegnate nei servizi alle imprese, che dal 1971 aumentano rapidamente e costantemente, passando da 180 a 9.822 nel 1996; il settore, essendo molto giovane, non mostra ancora alcun segno di stabilizzazione o calo. In generale comunque a Padova si riscontra un andamento di lieve crescita anche per i restanti settori del terziario.



**Tabella 1.6** Numero di unità locali e addetti del settore terziario, dal 1951 al 1996, in Provincia di Padova.

Anni		Commercio		Alberghi pubblici esercizi	Attività e servizi vari		
		ingrosso	minuto		per le imprese	ricreativi	alla persona
1951	<i>U. l.</i>	1.099	5.788	1.803	---	64	262
	<i>Addetti</i>	4.168	13.485	4.927	---	436	936
1961	<i>U. l.</i>	1.395	7.480	2.170	---	157	1.359
	<i>Addetti</i>	8.079	18.096	7.752	---	552	3.487
1971	<i>U. l.</i>	1.922	9.967	2.373	180	232	2.069
	<i>Addetti</i>	12.207	22.341	10.342	561	861	4.667
1981	<i>U. l.</i>	3.000	13.741	2.556	2.573	405	2.014
	<i>Addetti</i>	17.451	29.683	13.477	7.340	1.473	3.737
1991	<i>U. l.</i>	3.717	12.796	2.860	6.021	483	2.273
	<i>Addetti</i>	18.992	28.828	14.811	19.656	1.352	5.026
1996	<i>U. l.</i>	3.891	10.917	3.027	9.822	472	2.390

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 1996.

**Grafico 1.3** Distribuzione delle unità locali del settore terziario, dal 1951 al 1996, a Padova.

### **1.1.2 Servizi alle imprese: determinanti di crescita del settore**

Si presentano ora, schematicamente, due questioni di carattere più generale: la prima concerne i fattori di domanda che influenzano la crescita del settore dei servizi alle imprese; la seconda, sul versante dell'offerta, affronta il tema delle condizioni che favoriscono la nascita di strutture di servizio distinte ed autonome dal resto del sistema produttivo (Biagioli et al., 1993).

Per quanto concerne i fattori di domanda, diretti ed indiretti, lo sviluppo del settore può essere fatto risalire fondamentalmente a tre ordini di questioni, che si pongono su piani diversi, ma sono fortemente interrelate.

1) Gli scenari macroeconomici che hanno segnato recentemente i caratteri di sviluppo delle economie più avanzate. Ci si riferisce, in particolare, al processo di mutamento strutturale avviatosi nel corso degli anni '70 i cui effetti hanno richiesto un significativo ampliamento dei margini di variabilità e flessibilità nella risposta delle imprese e del sistema industriale. Lo sviluppo di funzioni atte a regolare il processo ideativo, manifatturiero e distributivo, in questo contesto, è divenuto essenziale, in quanto esse si rivelano utili al superamento degli elementi di rigidità della produzione di massa. Esse sono uno strumento per una risposta più articolata ai bisogni sociali ed agli orientamenti di mercati in cui la competizione si svolge sul terreno della variabilità/varietà.

2) Le opportunità offerte dall'emergere delle nuove tecnologie che hanno reso disponibili complessi sistemi informativi e decisionali, atti a raccordare non solo le macchine tra loro, ma anche a sviluppare rapporti di cooperazione con altre imprese e con l'ambiente economico ed istituzionale circostante. Le nuove tecnologie microelettroniche hanno permesso inoltre di abbassare sensibilmente i costi di transazione nella manipolazione delle informazioni, permettendo all'impresa di attrezzarsi a fronte della esigenza di controllo della variabilità/varietà presente nell'ambiente economico esterno.

3) Le nuove strategie che le singole imprese, o i sistemi territoriali, hanno attuato in risposta al mutato clima competitivo.

Sotto questo profilo, l'incertezza derivante dalla turbolenza ambientale

introduce mutamenti profondi alle stesse condotte aziendali, rendendo sostanzialmente inutilizzabili schemi di comportamento fondati solo su una conoscenza completa delle tecnologie e del mercato, ma richiedendo invece un atteggiamento empirico e dinamico verso le strategie aziendali.

L'aspetto peculiare del mutamento degli orizzonti strategici dell'impresa, consiste nel considerare, a fianco dell'insostituibile ruolo della concorrenza, l'importanza dell'approfondimento dei rapporti di interazione con l'ambiente e la creazione di legami cooperativi<sup>5</sup> tra imprese. Non sono più sufficienti le sole energie e competenze aziendali a sostenere la sfida competitiva, ma occorre costruire una rete di rapporti formali (e non) che consenta di acquisire ed accedere agli input innovativi e informativi che circolano nel sistema.

Con riferimento al quadro esposto si può affermare che la crescita della domanda di attività di servizio per il sistema produttivo avviene contestualmente allo sviluppo di nuovi assetti organizzativi che sollecitano l'implementazione di nuove funzioni aventi lo scopo di regolare il flusso di merci, informazioni, conoscenze, risorse umane e finanziarie, sia nelle transazioni interne alle imprese, sia in quelle che interessano i soggetti imprenditoriali che a diverso grado cooperano all'interno della rete.

### **1.1.3 I servizi alle imprese nell'Unione Europea**

Le condizioni che hanno determinato lo sviluppo del nuovo comparto economico dei servizi per le imprese, hanno assunto una crescente rilevanza, anche a livello europeo.

Recentemente la Commissione europea ha riconosciuto non soltanto l'importanza del settore da un punto di vista economico ed occupazionale, ma anche la necessità di predisporre interventi di vario genere a sostegno dello

---

<sup>5</sup> L'esistenza di interazioni con l'ambiente e di rapporti di collaborazione tra imprese non è certo nuova, ma la novità sta in un'accentuazione dell'estensione di questi rapporti all'intero sistema produttivo; va sottolineata inoltre una tendenza ad esplicitare tale momento come centrale nelle strategie tese al miglioramento della qualità del prodotto.

sviluppo e dell'incremento della competitività delle imprese operanti nel settore medesimo.

A questo scopo la Commissione ha effettuato un'analisi economica del ruolo dei servizi e ne ha esaminato la competitività, dimostrandone l'importanza per l'economia dell'Unione Europea (UE). La stessa ha manifestato, inoltre, la volontà di impegnarsi per migliorare le condizioni-quadro nelle quali operano i servizi collegati alle imprese.

Il documento che contiene l'analisi suddetta è una Comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale europeo e al Comitato delle regioni intitolata "La competitività dei servizi collegati alle imprese e loro contributo alla prestazione delle imprese europee", datata 4 Dicembre 2003 e non pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale<sup>6</sup>.

Nel testo viene più volte evidenziato come il settore dei servizi collegati alle imprese risulti attualmente il più grande creatore di posti di lavoro producendo più valore aggiunto per l'economia di ogni altro settore macroeconomico.

I servizi connessi alle imprese rappresentano infatti il più vasto settore dell'economia: nel 2001 essi impiegavano circa 55 milioni di persone, ossia quasi il 55% dell'occupazione complessiva nell'economia di mercato dell'UE.

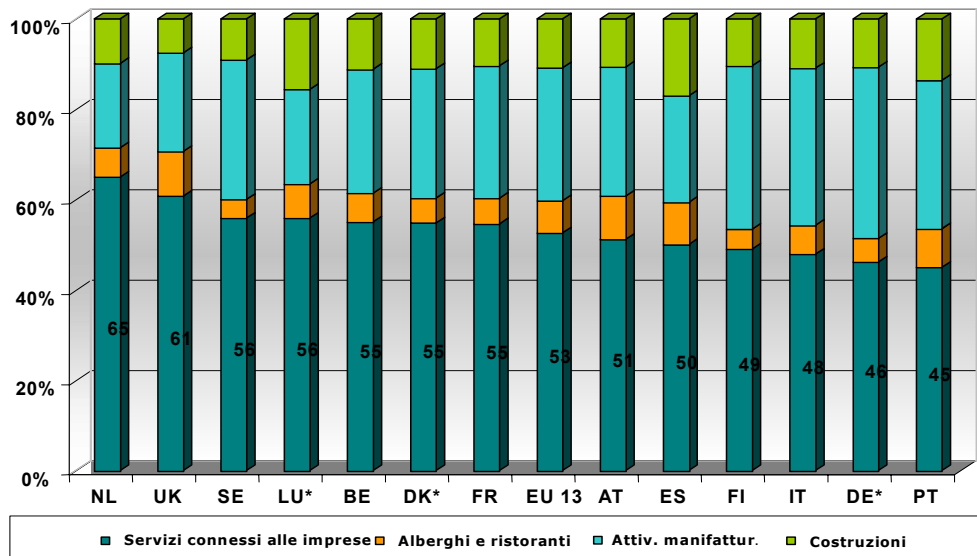
Secondo le statistiche strutturali sulle imprese (SSI), il settore dei servizi connessi alle imprese (*esclusi i servizi finanziari*) rappresentava nel 2001 il 53% dell'occupazione complessiva nell'economia di mercato dell'UE contro il 29% del settore manifatturiero (pari a circa 29 milioni di persone occupate), (cfr. grafico 1.4).

I servizi connessi alle imprese predominano in particolare nei Paesi Bassi (65%) e nel Regno Unito (61%). Essi svolgono un ruolo minore - in termini di occupazione - in Portogallo (45%), Germania (46%) e Italia (48%).

---

<sup>6</sup> Il testo integrale è reperibile al sito:

[http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga\\_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=it&type\\_d oc=COMfinal&an\\_doc=2003&nu\\_doc=747](http://europa.eu.int/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=it&type_d oc=COMfinal&an_doc=2003&nu_doc=747)

**Grafico 1.4** Occupazione nell'economia di mercato nel 2001. Ripartizione per settore.

Fonte: Eurostat dati SSI.

La crescita dei servizi collegati alle imprese viene spiegata generalmente con la migrazione dell'occupazione dall'industria manifatturiera verso i servizi, attraverso il subappalto delle attività precedentemente svolte internamente. Tuttavia, le ragioni della crescita sono molto più complesse. I cambiamenti dei sistemi produttivi, gli incrementi di flessibilità, la concorrenza più vivace sui mercati internazionali, il ruolo crescente delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione (TIC), nonché la conoscenza e l'emergenza di nuovi tipi di servizi, costituiscono altri fattori di grande importanza.

Tuttavia, il settore dei servizi collegati alle imprese in Europa accusa un ritardo considerevole rispetto alla crescita in termini di produttività registrata negli Stati Uniti e questo costituirà nel futuro una minaccia per l'occupazione in Europa. Tale ritardo è dovuto ad una progressiva delocalizzazione dei posti di lavoro dei servizi verso gli Stati Uniti e l'Asia, ma soprattutto al fatto che l'UE è un importante importatore di servizi collegati alle imprese e ciò determina una debole eccedenza netta.

Il saldo netto positivo (17 miliardi di euro) viene creato da eccedenze relativamente importanti dei servizi finanziari ed assicurativi, dei trasporti e di tecnologie informatiche (TI), mentre alcuni servizi collegati alle imprese ad alta intensità di conoscenza (servizi giuridici, di contabilità e gestione, di

pubblicità e studi di mercato) fanno registrare un deficit pesante.

In un'economia della conoscenza è necessario saper restare competitivi e ciò dipende in gran parte dalla capacità di investire nelle tecnologie informatiche (TI) e nella ricerca e sviluppo (R&S). Sfortunatamente, a tale proposito, l'UE registra un forte ritardo rispetto agli Stati Uniti.

Il settore dà comunque prova di dinamismo: su oltre un milione di nuove imprese create nel 2000 nei 10 Stati membri, per le quali sono disponibili i dati, il 66% operano nel campo dei servizi collegati alle imprese (cfr. grafico 1.5).

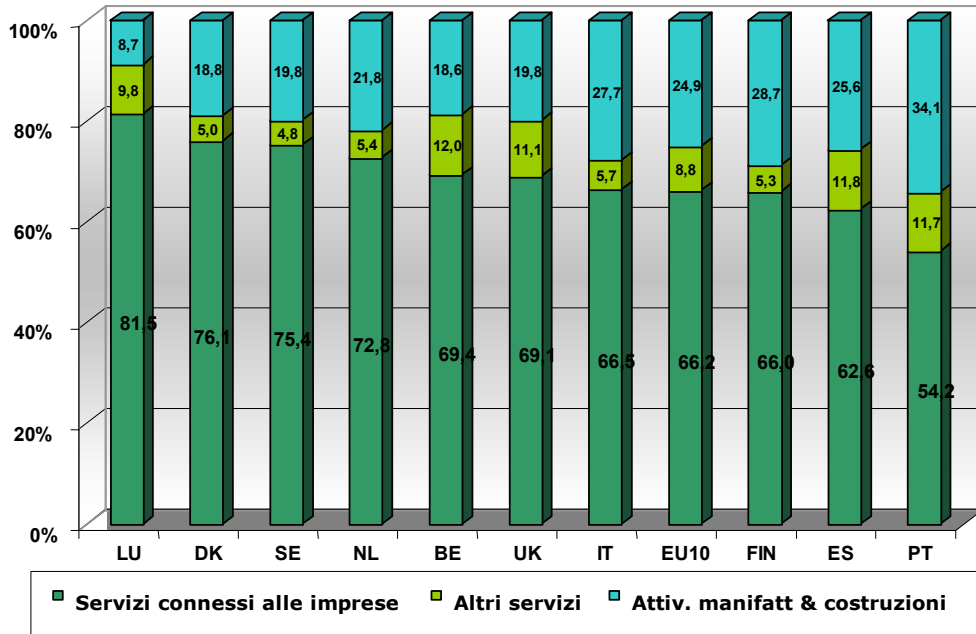
Per capire meglio la dinamica dei diversi settori si può confrontare il numero di nuove imprese con il numero di imprese già esistenti (tasso di natalità delle imprese). La quota più elevata di nuove imprese appartiene ai servizi alle imprese (10,9%). Le nuove imprese nel settore manifatturiero rappresentano invece solo il 6% delle imprese esistenti. Pertanto i servizi connessi alle imprese costituiscono il segmento più dinamico dell'economia, con la percentuale più elevata di nuove imprese nell'UE.

Il settore dei servizi è caratterizzato da numerose microimprese (con meno di 10 dipendenti). Esse rappresentano il 33% dell'occupazione complessiva nel settore dei servizi dell'UE, rispetto al 18% del settore manifatturiero. All'interno dei servizi collegati alle imprese, è nel commercio e nella distribuzione che predominano le microimprese (38%).

Considerata la preponderanza dei servizi connessi alle imprese nell'economia di mercato europea, si tratta di un settore importante di per sé per l'economia europea.

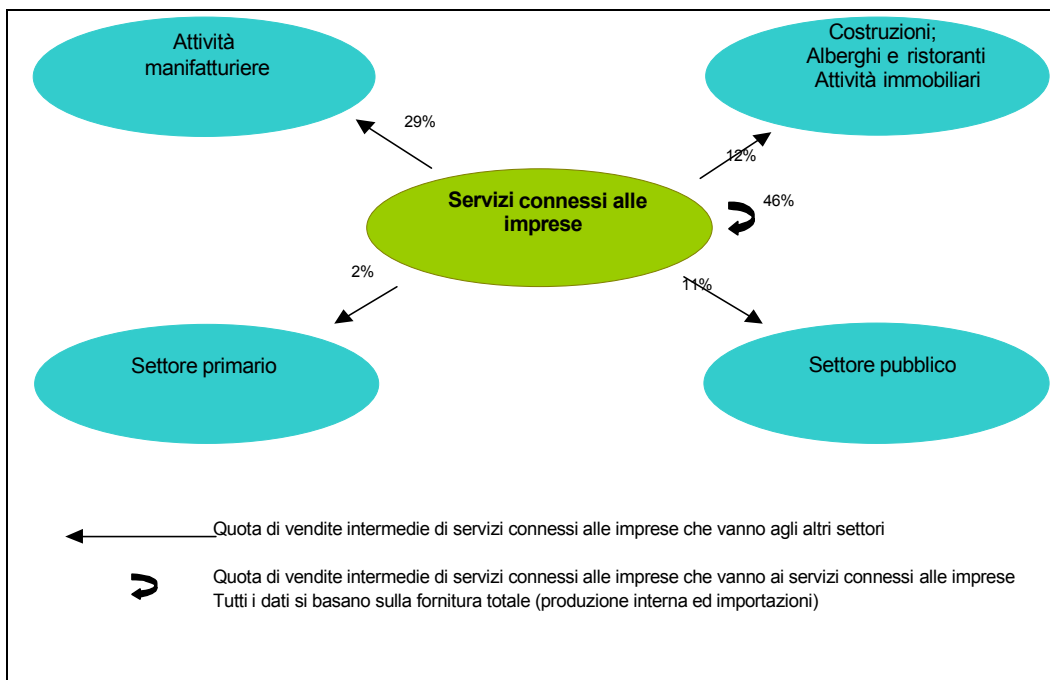
La caratteristica essenziale di tali servizi tuttavia è rappresentata dal fatto che essi sono presenti e integrati in ciascuna delle fasi della catena del valore aggiunto. Essi sono fondamentali per l'esistenza di tutte le imprese, tanto del settore manifatturiero quanto di quello dei servizi, microimprese e imprese di grandi dimensioni.

**Grafico 1.5** Nuove imprese in UE suddivise per attività - 2000.



Fonte: Eurostat, Business Demography 2000.

**Figura 1.1** Relazioni tra servizi connessi alle imprese ed altri settori dell'economia nell'UE.



Fonte: Eurostat.

Tutte le imprese hanno bisogno di servizi per produrre ed essere concorrenziali. I servizi possono essere prodotti internamente dall'impresa

stessa, indipendentemente dalla sua attività, o essere acquistati. Numerose imprese hanno esternalizzato alcune attività di servizi in precedenza svolte all'interno per poter ottenere questi servizi in un mercato concorrenziale o per conseguire una maggiore flessibilità.

I servizi connessi alle imprese si sono quindi specializzati e sono in grado di offrire prodotti di maggiore qualità e differenziazione, il che aumenta la concorrenzialità degli utilizzatori di tali servizi.

### **1.1.4 Servizi alle imprese: la classificazione ISTAT**

L'ISTAT ha classificato nel settore dei servizi alle imprese una serie di attività economiche reperibile sulla classificazione ATECO del 2002<sup>7</sup>, classificazione effettuata ed utilizzata dall'ISTAT in ogni ricerca e rilevazione che riguardi attività economiche d'ogni genere. La tabella 1.7 riporta la classificazione ATECO 2002 per sezioni di attività economiche.

Nella tabella 1.8 viene riportata ATECO 2002, la catalogazione delle attività di servizi alle imprese, comprese nella sezione K e contrassegnate tutte dal codice 74. Le successive specificazioni numerologiche che completano il codice servono per identificare le singole attività economiche e per suddividerle in gruppi via via più omogenei al loro interno.

Nel settore dei servizi alle imprese confluiscono molteplici attività economiche, le quali vengono classificate in otto gruppi identificati dai seguenti codici:

- 74.1, attività legali, contabilità, consulenza fiscale e societaria, studi di mercato e sondaggi di opinione, consulenza commerciale e di gestione;
- 74.2, attività degli studi di architettura, ingegneria ed altri studi tecnici;
- 74.3, collaudi ed analisi tecniche;

---

<sup>7</sup> L'ISTAT ha predisposto una nuova classificazione delle attività economiche (ATECO 2002) da adottare nelle rilevazioni statistiche correnti. La ATECO 2002 è stata sviluppata con la collaborazione di esperti delle Pubbliche amministrazioni coinvolte nella attività di classificazione delle unità produttive e di esperti dei principali settori economici.



- 74.4, pubblicità;
- 74.5, servizi di ricerca, selezione e fornitura di personale;
- 74.6, servizi di investigazione e vigilanza;
- 74.7, servizi di pulizia e disinfestazione;
- 74.8, altre attività di servizi alle imprese.

**Tabella 1.7** *Classificazione ATECO 2002: attività economiche suddivise in sezioni.*

<b>Sezione</b>	<b>Attività Economiche</b>
A	Agricoltura, caccia e silvicoltura
B	Pesca, piscicoltura e servizi connessi
C	Estrazione di minerali
D	Attività manifatturiere
E	Produzione e distribuzione di energia elettrica, gas e acqua
F	Costruzioni
G	Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparazione di autoveicoli, motocicli e di beni personali e per la casa
H	Alberghi e ristoranti
I	Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni
J	Attività finanziarie
K	Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca, servizi alle imprese
L	Amministrazione pubblica
M	Istruzione
N	Sanità e assistenza sociale
O	Altri servizi pubblici, sociali e personali
P	Attività svolte da famiglie e convivenze
Q	Organizzazioni ed organismi extraterritoriali

Fonte: ISTAT, Classificazione delle attività economiche, ATECO 2002.

Ognuno dei gruppi sopraelencati è stato suddiviso in classi, fino ad ottenere un elenco completo ed esaustivo di tutte le attività del settore dei servizi alle imprese.

**Tabella 1.8** *Classificazione ATECO 2002: attività di servizi alle imprese.*

<b>Codice ATECO 2002</b>	<b>Dizione ATECO 2002</b>
74	Attività di servizi alle imprese
<b>74.1</b>	<b>Attività legali, contabilità, consulenza fiscale e societaria; studi di mercato e sondaggi di opinione; consulenza commerciale e di gestione</b>
74.11	Attività degli studi legali e notarili
74.11.1	Attività degli studi legali
74.11.2	Attività degli studi notarili
74.12	Contabilità, consulenza societaria, incarichi giudiziari, consulenza in materia fiscale
74.12.1	Attività degli studi commerciali, tributari e di revisione contabile
74.12.2	Attività delle società di revisione e certificazione di bilanci
74.12.3	Gestione ed amministrazione del personale per conto terzi
74.13	Studi di mercato e sondaggi di opinione
74.13.0	Studi di mercato e sondaggi di opinione
74.14	Consulenza amministrativo – gestionale
74.14.1	Consulenza finanziaria
74.14.2	Consulenza del lavoro
74.14.3	Consulenza agraria
74.14.4	Consulenza amministrativo – gestionale e pianificazione aziendale
74.14.5	Pubbliche relazioni
74.14.6	Agenzie di informazioni commerciali
74.15	Amministrazione di imprese (holding)
<b>74.2</b>	<b>Attività degli studi di architettura, ingegneria ed altri studi tecnici</b>
74.20	Attività degli studi di architettura, ingegneria ed altri studi tecnici
74.20.1	Studi di architettura e di ingegneria
74.20.2	Servizi di ingegneria integrata
74.20.3	Attività di aerofotogrammetria e cartografia
74.20.4	Attività di studio geologico e di prospezione geognostica e mineraria
74.20.5	Altre attività tecniche nca
<b>74.3</b>	<b>Collaudi ed analisi tecniche</b>
74.30	Collaudi ed analisi tecniche
74.30.1	Collaudi ed analisi tecniche di prodotti
74.30.2	Controllo di certificazione di prodotti, processi e sistemi
<b>74.4</b>	<b>Pubblicità</b>
74.40	Pubblicità
74.40.1	Studi di promozione pubblicitaria
74.40.2	Agenzie di concessione degli spazi pubblicitari
<b>74.5</b>	<b>Servizi di ricerca, selezione e fornitura di personale</b>
74.50	Servizi di ricerca, selezione e fornitura di personale
74.50.1	Servizi di ricerca, selezione, collocamento e supporto per il ricollocamento di personale
74.50.2	Attività delle agenzie di fornitura di lavoro interinale

(continua)

**Tabella 1.8** *Classificazione ATECO 2002: attività di servizi alle imprese.*

<b>Codice ATECO 2002</b>	<b>Dizione ATECO 2002</b>
<b>74.6</b>	<b>Servizi di investigazione e vigilanza</b>
74.60	Servizi di investigazione e vigilanza
74.60.1	Servizi di vigilanza privata
74.60.2	Servizi di investigazione
<b>74.7</b>	<b>Servizi di pulizia e disinfestazione</b>
74.70	Servizi di pulizia e disinfestazione
74.70.1	Servizi di pulizia
74.70.2	Servizi di disinfestazione
<b>74.8</b>	<b>Altre attività di servizi alle imprese</b>
74.81	Attività fotografiche
74.81.1	Studi fotografici
74.81.2	Laboratori fotografici per lo sviluppo e la stampa
74.81.3	Attività di aerofotografia
74.82	Imballaggio e confezionamento per conto terzi
74.82.1	Confezionamento di generi alimentari
74.82.2	Confezionamento di generi non alimentari
74.85	Servizi di reprografia (riproduzione di testi e documenti) e traduzioni
74.85.1	Videoscrittura, stenografia e fotocopiatura
74.85.2	Traduzioni e interpretariato
74.85.3	Richiesta certificati e disbrigo pratiche
74.85.4	Spedizione di materiale propagandistico, compilazione e gestione di indirizzi ed elenchi
74.86	Attività dei <i>call center</i>
74.86.0	Attività dei <i>call center</i>
74.87	Altri servizi alle imprese
74.87.1	Imprese ed enti di gestione esattoriale
74.87.2	Agenzie di recupero crediti
74.87.3	Agenzie di distribuzione di libri, giornali e riviste
74.87.4	Servizi di gestione di pubblici mercati e spese pubbliche
74.87.5	<i>Design e styling</i> relativo a tessuti, abbigliamento, calzature, gioielleria, mobili e altri beni personali o per la casa
74.87.6	Organizzazione di fiere, esposizioni e convegni
74.87.7	Attività di logistica aziendale, esterna e dei flussi di ritorno
74.87.8	Altre attività di servizi alle imprese nca

Fonte: ISTAT, Classificazione delle attività economiche ATECO, 2002.

Si può notare come tutte le attività classificate risultino molto eterogenee; lo sono ad esempio per la materia trattata, l'ambiente in cui vengono svolte e il tipo di fase lavorativa in cui vengono richieste dalle imprese – clienti. Nei servizi alle imprese sono raggruppate, infatti, tutte le attività di consulenza, da quella legale a quella amministrativa; le attività connesse agli studi di mercato e ai sondaggi di opinione; le attività degli studi tecnici; le attività di promozione pubblicitaria e di ricerca e selezione di personale; le attività di vigilanza, nonché di pulizia e disinfestazione; altre attività come ad esempio

l'imballaggio per conto terzi, le attività dei *call – center*, il recupero crediti e via dicendo.

## 1.2 Gli enti promotori e realizzatori dell'indagine

L'indagine sui servizi alle imprese fa parte di una serie di ricerche<sup>8</sup> che l'Università di Padova svolge da diversi anni nell'ambito del progetto PHAROS (*Pursuing Home – market Accessibility and Raise of Occupational Standing*) per il proprio Osservatorio sul mercato locale del lavoro (cfr. par.1.2.1).

Da marzo 2003 l'Università è stata affiancata nello svolgimento di queste ricerche dall'Ente Bilaterale, l'organismo paritetico unitario dei rappresentanti degli imprenditori e dei lavoratori di Padova (cfr. par. 1.2.2), la quale ha da pochi anni costituito un Osservatorio sul mercato del lavoro (cfr. par. 1.2.2.1).

L'obiettivo principale delle precedenti indagini, e quindi anche di questa sui servizi alle imprese è determinare la professionalità possibile sui mercati locali<sup>9</sup> del lavoro. Si vogliono delineare cioè gli scenari dell'occupazione e dello sviluppo delle aziende regionali e provinciali, individuando le esigenze di professionalità necessaria per le attività produttive future e i tipi di formazione che meglio rispondono alle esigenze intraviste.

---

<sup>8</sup> I risultati delle ricerche sono presentati nella serie di volumi PHAROS edizione CLEUP.

<sup>9</sup> Il termine “locali” assume in questo contesto, due significati diversi: per ciò che concerne la ricerca svolta dall'Università, si intendono “locali” i mercati del lavoro della Regione veneta; per quanto riguarda invece la ricerca svolta dall'Ente Bilaterale i mercati “locali” sono quelli della Provincia padovana. In questo lavoro di tesi verranno presentati i risultati delle analisi dei dati rilevati nella ricerca dell'Ente Bilaterale, per cui il termine “locali” assumerà il secondo significato.

### **1.2.1 Università di Padova**

Dall'anno 2001 l'Università di Padova ha iniziato uno studio dei mercati locali del lavoro, conducendo sul territorio veneto una serie di indagini nell'ambito di diversi settori economici.

Scopo di tale studio è realizzare una rappresentazione sintetica e semplice della situazione corrente del mercato del lavoro, nonché una possibile previsione della situazione futura, sia per quanto riguarda le figure professionali maggiormente richieste dalle imprese, sia per il tipo e la quantità di competenze necessarie ai giovani per soddisfare al meglio le esigenze del mercato.

Le indagini sono state seguite dall'Osservatorio del mercato locale del lavoro dell'Università di Padova, servizio dell'Ateneo che cura l'acquisizione sistematica e l'analisi di informazioni sulla domanda e sull'offerta di lavoro e segnala, in modo particolare, le esigenze di professionalità nell'area tecnica e dirigenziale di vari comparti produttivi del Veneto.

Nell'ambito dell'Osservatorio, PHAROS è un progetto di raccolta e divulgazione di dati e informazioni sui bisogni di professionalità ricavati da interviste di titolari e dirigenti di imprese e di istituzioni venete. Le interviste riguardano il bisogno attuale e di medio periodo di professionalità media e alta, quella per la quale si formano i giovani all'università.

### **1.2.2 Ente Bilaterale – Padova**

L'Ente Bilaterale di Padova, tra i primissimi in Italia, è sorto nell'ambito di un "Accordo quadro generale per la Provincia di Padova in materia di occupazione giovanile".

Era il 20 ottobre 1986 quando le parti sociali, prendendo spunto dall'emergente e crescente difficoltà dei giovani a trovare un tranquillo e non precario inserimento nel mondo del lavoro, scoprirono anche questo organismo

paritetico<sup>10</sup> che, di fatto, consentiva il radicamento e il consolidamento di un tavolo permanente per gestire il mercato e le politiche del lavoro.

Già allora venivano previste le prime funzioni delegate all'Ente, quali la gestione dei Contratti di Formazione Lavoro, l'avvio di corsi di aggiornamento professionale e di formazione in genere e l'attivazione di un Osservatorio provinciale collegato ad una banca dati per favorire e facilitare l'incontro domanda/offerta in materia di ricerca e avvio all'occupazione.

Nel contempo i Contratti Collettivi Nazionali<sup>11</sup> iniziarono a prevedere il sorgere di Enti Bilaterali nazionali, cosicché l'idea ebbe modo di svilupparsi ed acquisire ulteriore respiro.

Nel settore Terziario l'Ente Bilaterale è sorto con il Contratto del 28 marzo 1987, mentre nel Turismo detto avvio era già stato formalizzato con il rinnovo del 27 febbraio dello stesso anno. Si rese necessario comunque un certo lasso di tempo per potere da un lato perfezionare il funzionamento degli Enti e dall'altro consentire la loro costituzione nelle sedi decentrate. Una volta consolidatasi questa evoluzione, l'Ascom di Padova con l'APPE<sup>12</sup> e le Organizzazioni Sindacali confederali procedevano in data 8 febbraio 2001 ad allineare l'organismo paritetico alle previsioni contrattuali che nel frattempo si erano affinate ed evolute.

Oggi l'Ente Bilaterale può contare su un Consiglio di Amministrazione e un'Assemblea, normati da uno Statuto e da un Regolamento, nonché sulle risorse, raccolte attraverso i versamenti posti a carico di aziende e lavoratori, destinate completamente a favore dei soggetti aderenti.

L'Ente ha dedicato questi due primi anni di attività all'organizzazione dei servizi posti in essere tramite l'apposita Commissione Paritetica<sup>13</sup> per:

---

<sup>10</sup> Organismo in cui le parti contano su un numero pari di membri o di rappresentanti.

<sup>11</sup> I Contratti Collettivi Nazionali disciplinano i rapporti sindacali e gli istituti di partecipazione anche con riferimento agli atti interni di organizzazione aventi riflessi sul rapporto di lavoro.

<sup>12</sup> Associazione Provinciale Pubblici Esercizi della provincia di Padova.

<sup>13</sup> Articolo 7: Commissione Paritetica. Viene istituita, presso l'Ente Bilaterale, la Commissione Paritetica per pareri sui tipi di contratto previsti dai CCNL dei settori presenti nell'Ente Bilaterale. Le funzioni delegate a detta Commissione sono quelle relative all'approvazione ovvero alla emissione di pareri o altro relativi:

- rilascio dei visti di conformità per progetti di contratto di Formazione e Lavoro;
- parere in ordine alla stipula di contratti di lavoro a tempo determinato;
- rilascio del parere di conformità per l'applicazione di particolari norme in materia di apprendistato, previste dal contratto legislativo provinciale di secondo livello del settore commercio;
- rilascio dei visti di conformità in ordine alla stipula di contratti part-time con riferimento all'applicazione di diversi limiti di orario;
- l'attivazione completa ed incisiva dei tentativi di conciliazione delle vertenze individuali tra lavoratori ed aziende tramite la Commissione Paritetica di Conciliazione<sup>14</sup>.

Particolarmente in quest'ultimo periodo, l'Ente si è dedicato ad un'intensa attività, formativa e di aggiornamento professionale, impiegando risorse per la realizzazione sul territorio di:

- 
- al lavoro parziale
  - al lavoro a tempo determinato
  - ai contratti di formazione e lavoro
  - ai contratti di apprendistato
  - ad altri eventuali tipi di rapporti di lavoro individuati da contratti nazionali o territoriali di settore.

La Commissione è costituita da 6 membri effettivi e 6 membri supplenti designati dalle Organizzazioni componenti l'Ente Bilaterale [...]. (da "Ente bilaterale della provincia di Padova per i settori del terziario e del turismo - Regolamento").

<sup>14</sup> Articolo 8: Commissione Paritetica di Conciliazione ed arbitrato. Viene istituita presso l'Ente Bilaterale la Commissione Paritetica di Conciliazione ed arbitrato delegata ad attivare la procedura prevista dai CCNL di settore e dagli artt.410 e seguenti [...]. La Commissione è composta da almeno due rappresentanti di cui uno in rappresentanza delle Organizzazioni Sindacali dei lavoratori. [...] La Commissione è dotata di appositi stampati per lo svolgimento dei propri compiti, nonché di una segreteria curata dall'Ascom. Copia dei verbali rimarrà agli atti presso la sede dell'Ente Bilaterale. [...] Ad affiancare il datore di lavoro o il lavoratore ci potrà essere anche un consulente o un legale anche munito di delega per la definizione del contenzioso. (da "Ente bilaterale della provincia di Padova per i settori del terziario e del turismo - Regolamento").

- corsi di formazione teorica extra - aziendale, riservati ai lavoratori assunti con Contratto di Formazione e Lavoro;
- corsi di formazione ed informazione in materia di sicurezza sul lavoro, compresi corsi antincendio e corsi per rappresentanti e responsabili aziendali;
- corsi di aggiornamento in materia di igiene degli alimenti;
- altri corsi di aggiornamento, specificatamente richiesti dalle aziende e indirizzati all'acquisizione di maggiori professionalità da parte degli addetti.

Recentemente è stato dato l'avvio all'*Osservatorio Mercato del Lavoro* (cfr. par. 1.2.2.1). Assieme ad esso sono state istituite apposite banche dati volte a favorire l'incontro tra domanda e offerta di lavoro.

### **1.2.2.1 Osservatorio Mercato del Lavoro – Ente Bilaterale**

Si tratta di un organismo voluto dall'Ente Bilaterale di Padova, che mira a supportare le aspettative degli operatori economici nelle dinamiche occupazionali con risposte puntuali, efficaci ed attuali riguardanti i tre settori di riferimento: commercio, turismo e terziario dell'area padovana.

In conformità con l'articolo 9 dello Statuto dell'Ente Bilaterale<sup>15</sup> l'*Osservatorio Mercato del Lavoro EB* intende trasferire ai patavini legati ai tre

---

<sup>15</sup> Articolo 9: Osservatorio del lavoro. Detto organismo svolge a livello locale all'interno dell'Ente Bilaterale le medesime funzioni dell'Osservatorio Nazionale realizzando [...] una fase di esame e di studio idonea a cogliere aspetti peculiari delle diverse realtà presenti nel territorio ed a consentire le stime del fabbisogno occupazionale. Opererà periodicamente specifici monitoraggi utilizzando programmi di cui si doterà l'Ente Bilaterale e formando percentuali e grafici di norma alla fine di ogni anno. L'Osservatorio è diretto personalmente dal Presidente in carica che potrà giovare di personale specializzato che consentirà la gestione succitata. Le risultanze dell'Osservatorio saranno portate a conoscenza del Consiglio dell'Ente Bilaterale e trasmesse e divulgate, se ritenute interessanti, all'assemblea dei soci. Altre forme di divulgazione e pubblicazione potranno essere decise di volta in volta su delibera del Consiglio dell'Ente. (da "Ente bilaterale della provincia di Padova per i settori del terziario e del turismo - Regolamento").



settori d'interesse (commercio, turismo e servizi) informazioni aggiornate sia al fine di strutturare politiche di lavoro idonee, sia per agevolare l'incontro fra la domanda di forze di lavoro e l'offerta di professionalità esistenti nel mercato del lavoro di Padova e provincia.

Obiettivo prioritario dell'*Osservatorio Mercato del Lavoro EB* è quindi quello di creare basi informative specializzate ed attendibili, volte a favorire e supportare i processi organizzativi decisionali, nonché le politiche e le scelte occupazionali.

In seguito vengono delineate sommariamente le fasi operative che l'*Osservatorio Mercato del Lavoro EB* si prefigge di seguire.

- Studiare dinamiche occupazionali locali: i risultati ottenuti dovranno delineare le componenti dell'intera compagine occupazionale della Provincia, con particolare attenzione alle singole tipologie contrattuali ed alle influenze territoriali.
- Ipotizzare politiche previsionali sui fabbisogni occupazionali: partendo dai risultati correnti, si prevede di selezionare un campione rappresentativo delle aziende presenti nel territorio padovano ed appartenenti ai tre settori d'interesse per estrapolare:
  - o il profilo delle nuove figure professionali;
  - o i modelli occupazionali riferibili al breve ed al medio/lungo periodo;
  - o previsioni di tipo quantitativo (eventuali figure professionali specifiche richieste, previsioni occupazionali, etc.) e qualitativo (eventuale richiesta di formazione mirata, esperienza nel settore lavorativo, orientamento, etc.).
- Strutturare delle iniziative di politica attiva del lavoro: questa fase operativa volge a delineare un'interfaccia attiva fra la domanda attuale e l'offerta potenziale di professionalità nell'area padovana. Tale obiettivo, sarà reso più facilmente perseguibile coordinando le informazioni disponibili dei diversi partner<sup>16</sup> della struttura operativa, al fine di strutturare una banca dati statistica con elaborazione dati interna alla struttura dell' *Osservatorio Mercato del*

---

<sup>16</sup> La partnership per la realizzazione del progetto è la seguente: ASCOM PADOVA, APPE PADOVA, FILCAMS – CIGL PD, FISASCAT – CISL PD, UILTUCS – UIL PD.

*Lavoro EB*. La conclusione di questo percorso sarà identificabile attraverso un iter di politiche attive di lavoro volte a formare, orientare e riqualificare, anche attraverso opportuni percorsi formativi, le risorse umane presenti sul territorio.

▪ Effettuare opportuni monitoraggi: in seguito alle prime fasi operative dell'*Osservatorio Mercato del Lavoro EB* si intende attuare un'azione costante di monitoraggio, volta a captare in modo tempestivo eventuali segnali di trasformazione e di conseguenza ad aggiornare i modelli conoscitivi e previsionali precedentemente proposti.

Per quanto riguarda le entità coinvolte nel progetto *Osservatorio Mercato del Lavoro EB*, l'Ente Bilaterale di Padova, consapevole della rilevanza della proposta progettuale, nonché della necessità di interagire e coordinare i propri sforzi con le attività delle diverse organizzazioni locali specialistiche, svolge l'iniziativa con un gruppo di partner già attivamente presenti nel territorio. La partnership per la realizzazione del progetto è la seguente:

1. ASCOM PADOVA, Associazione Commercianti Turismo e Servizi Piccola e Media Impresa<sup>17</sup> della provincia di Padova (cfr. par. 1.2.3),
2. APPE PADOVA, Associazione Provinciale Pubblici Esercizi della provincia di Padova,
3. FILCAMS – CGIL PD,
4. FISASCAT – CISL PD,
5. UILTUCS – UIL PD.

---

<sup>17</sup> I parametri dimensionali delle imprese sono dettati sulla base della “Disciplina Comunitaria in materia di aiuti di Stato a favore delle piccole e medie imprese” e sono indicati dal decreto 18 Settembre 1997 del Ministro dell’Industria, del Commercio e dell’Artigianato pubblicato sulla G.U.1.10.1997 n.229 e sue successive integrazioni, che di seguito vengono riassunte:

PICCOLA IMPRESA: ha meno di 50 dipendenti, ha un fatturato annuo non superiore a 7 milioni di euro, oppure un totale di bilancio annuo non superiore a 5 milioni di euro, è in possesso del requisito di indipendenza.

MEDIA IMPRESA: ha meno di 250 dipendenti, ha un fatturato annuo non superiore a 40 milioni di euro, oppure un totale di bilancio annuo non superiore a 27 milioni di euro, è in possesso del requisito di indipendenza.

Le attività di analisi ed elaborazione dei dati vengono inoltre verificate anche con la collaborazione di esperti del settore operanti in ambito universitario, permettendo all'intero progetto di avviare un confronto con altre iniziative simili svolte in ambito universitario.

I risultati del progetto fungeranno così da impulso per l'elaborazione, la proposta e l'eventuale promozione, da parte dell' *Osservatorio Mercato del Lavoro EB*, di politiche previsionali sui fabbisogni occupazionali volte a delineare, in maniera preventiva, anche il gruppo di figure professionali maggiormente ricercate nel contesto locale di riferimento.

### **1.2.3 Ascom Padova**

L'Ente Bilaterale ha affidato all'Ascom Padova<sup>18</sup>, Associazione Commercianti, Turismo e Servizi Piccola e Media Impresa della provincia di Padova, il compito di dirigere e seguire le indagini promosse dall'Osservatorio Mercato del Lavoro - EB.

Accanto a quelli che si definiscono oggi i compiti di istituto, l'Associazione si prefigge: la tutela degli interessi della categoria nelle sue varie realtà ed espressioni, nel campo economico, sindacale e tributario; il coordinamento dell'attività dei diversi settori commerciali; la rappresentanza e

---

<sup>18</sup> L'Ascom Padova è nata ufficialmente il 9 Novembre 1945 quando, nello studio del notaio Dott. Giuseppe Salce, si riunì un gruppo di operatori commerciali, tra i quali figuravano nomi che avrebbero gettato le basi del nuovo terziario padovano: Mazzucato, Gribaldo, Leopardi, Menato, Prosdocimi, Zanibon, Felletti – Spadazzi, Contarello, Dalla Barba, Randi, Garola, Corradini, Morassutti, Testi, per citare soltanto i più noti. La riconquistata libertà dopo il secondo conflitto mondiale risvegliava desiderio e slancio di ricostruzione e rinascita. I commercianti furono tra i primi a rimbocarsi le maniche, ad assumere impegni associativi, a richiamare quello spirito di servizio che, anche in antico, li aveva resi benemeriti dell'immagine operosa del Capoluogo e di tanti centri della Provincia. Nella prima sede dell'Associazione, al civico numero 12 in via Umberto I°, cominciò a dipanarsi così il nuovo discorso del terziario padovano che avrebbe abbracciato più tardi i settori del turismo e dei servizi.

l'assistenza ai propri associati nei confronti di autorità, Enti ed uffici pubblici in tutte le questioni e i problemi di carattere mercantile.

Con la crescita associazionistica e un razionale decentramento organizzativo sono aumentati, al di là dei compiti istituzionali originari, gli impegni anche in direzione di altri settori e realtà. Il Turismo e i Servizi si sono aggiunti, anche nella denominazione associativa, al Commercio, creando di fatto un organismo operativo che ha pochi eguali e che configura la forza rimarchevole di una categoria che ha assunto il ruolo di protagonista nella quotidiana vicenda di ogni cittadino padovano.

### **1.3 Obiettivi dell'indagine sulle imprese di servizi alle imprese**

Gli obiettivi dell'indagine sulle imprese di servizi alle imprese che Università di Padova ed Ente Bilaterale Padova si sono impegnati a perseguire possono essere così riassunti:

1. studiare le dinamiche occupazionali locali, delineando la situazione attuale dell'occupazione nel mercato del lavoro per i settori di riferimento;
2. formulare previsioni sui modelli occupazionali riferibili al breve ed al medio/lungo termine, individuando eventuali *gap* quantitativi (carenza di figure professionali specifiche) e qualitativi (necessità di formazione mirata);
3. individuare e descrivere il profilo delle figure professionali già presenti nelle imprese selezionate e delle eventuali nuove professionalità, rilevando le competenze tecniche e personali nonché i bagagli culturali e formativi necessari a svolgere le funzioni previste;
4. descrivere la struttura ed il tipo di organizzazione adottate dalle imprese intervistate;
5. comprendere come i titolari delle aziende percepiscono il futuro dell'impresa, esplorando gli obiettivi aziendali e i servizi che si intendono aggiungere all'offerta già esistente;

6. raccogliere eventuali consigli e/o osservazioni riguardanti la formazione dei giovani che si apprestano a fare il loro ingresso nel mondo del lavoro;
7. Indagare sul livello di conoscenza, da parte dei titolari delle aziende intervistati, della recente riforma dei corsi di laurea che ha portato al cosiddetto sistema del “tre più due”. Raccogliere opinioni in merito ai nuovi corsi di laurea e/o consigli su ciò che sarebbe preferibile certificare, da parte dell’Università, relativamente al percorso formativo di un neo – laureato.



## CAPITOLO 2

### Metodologie e tecniche di ricerca

---

#### 2.1 Suddivisione del settore in aree d'indagine

Considerate l'ampiezza e l'eterogeneità del settore dei servizi alle imprese, nonché le svariate difficoltà che comporterebbe l'analisi dello stesso in una singola occasione d'indagine, gli organizzatori della ricerca (cfr. Cap. 1, par. 1.2) hanno deciso di suddividere le attività economiche da studiare in aree d'indagine, seguendo in parte lo schema ATECO 2002 e di suddividere l'intera ricerca quindi in più occasioni d'indagine.

Lo scopo della suddivisione è certamente quello di rendere il lavoro di ricerca più lineare e fluido nell'applicazione delle diverse metodologie di indagine, ma anche e soprattutto di ottenere una ricerca più completa possibile dal punto di vista della raccolta e analisi dei dati e, di conseguenza, più precisa ed esauriente per quanto riguarda la divulgazione dei risultati.

In questo paragrafo viene descritto il settore dei servizi alle imprese e la sua suddivisione in aree così come è stato deciso nella fase di programmazione<sup>19</sup> della ricerca (Tabella 2.1).

---

<sup>19</sup> L'indagine è stata realizzata dall'Università di Padova, in collaborazione con l'Ente Bilaterale Padova. Ogni decisione riguardante la programmazione dell'indagine, la predisposizione degli strumenti di rilevazione, nonché l'analisi dei dati e la divulgazione dei risultati è stata presa sempre con l'accordo di entrambe le parti.

**Tabella 2.1** *Suddivisione del settore in aree d'indagine, effettuata dal gruppo di ricerca.*

<b>Area</b>	<b>ATECO</b>	<b>Dizione ATECO 2002</b>
<b>Amministrazione</b>	74.11.1	Attività degli studi legali
	74.11.2	Attività degli studi notarili
	74.12.1	Attività degli studi commerc., tributari e di revis. cont.
	74.12.2	Attività delle società di revis. e certificaz. bilanci
	74.12.3	Gestione ed amministrazione del personale per conto t.
	74.14.1	Consulenza finanziaria
	74.14.2	Consulenza del lavoro
	74.14.3	Consulenza agraria
	74.14.4	Consulenza amministrativo – gestionale e pianific. az.
	74.14.5	Pubbliche relazioni
	74.14.6	Agenzie di informazioni commerciali
	74.50.1	Servizi di ric., selez., coll. e supp. per il ricoll. pers.
	74.50.2	Attività delle agenzie di fornitura di lavoro interinale
<b>Produzione</b>	74.20.1	Studi di architettura e di ingegneria
	74.20.2	Servizi di ingegneria integrata
	74.20.3	Attività di aerofotogrammetria e cartografia
	74.20.4	Attività di studio geologico e di prosp. geogn. e min.
	74.20.5	Altre attività tecniche nca
	74.30.1	Collaudi ed analisi tecniche di prodotti
	74.30.2	Controllo di certificaz. di prodotti, processi e sistemi
<b>Informatica</b>	72.1	Consulenza per installazione di sistemi informatici
	72.2	Realizzazione di software e consulenza informatica
	72.21	Edizione di software
	72.22	Altre realizz. di software e consulenza informatica
	72.3	Elaborazione elettronica dei dati
	72.4	Attività delle banche di dati
	72.5	Manut. e riparaz. di macch. per uff. e app. informatiche
	72.6	Altre attività connesse all'informatica
<b>Pubblicità' e marketing</b>	74.40.1	Studi di promozione pubblicitaria
	74.87.6	Organizzazione di fiere, esposizioni e convegni
<b>Intermediari del commercio</b>	51.11	Intermed. del comm. di mat. prime agricole e tessili ecc
	51.12	Intermed. del comm. di combust., minerali, metalli ecc
	51.13	Intermed. del comm. di legname e materiali da costruz.
	51.14	Intermed. del comm. di macch., imp. ind., ecc.
	51.15	Intermed. del comm. di mobili, artic. per casa ferram.
	51.16	Intermed. del comm. di prod. Tess., abb., calzat. ecc.
	51.17	Intermed. del comm. di prod. Alim., bevande e tabacco
	51.18	Intermed. del comm. Specializ. di prod. particolari nca
51.19	Intermed. del comm. di vari prod. senza prevalenza di alcuno	
<b>Sicurezza ambiente e tutela del territorio</b>	74.60.1	Servizi di vigilanza privata
	74.60.2	Servizi di investigazione
	74.70.1	Servizi di pulizia
	74.70.2	Servizi di disinfestazione



Osservando la tabella 2.1 si noterà che i servizi alle imprese sono stati suddivisi in sei aree d'indagine:

- 1. Amministrazione**, che comprende attività legali e notarili (codice ATECO: 74.11), tutti i tipi di consulenza (codice ATECO: 74.12, 74.14) e servizi di ricerca, selezione e fornitura di personale (codice ATECO: 74.50);
- 2. Produzione**, che comprende tutte le attività degli studi tecnici (codice ATECO: 74.20) e le attività di collaudo ed analisi tecniche (codice ATECO: 74.30);
- 3. Informatica**, che comprende tutte le attività connesse a consulenza, installazione, edizione, riparazione e manutenzione di strumenti informatici, nonché alla raccolta e all'elaborazione di dati (codice ATECO: 72). Le attività comprese in quest'area non sono indicate, come tutte le altre, dal codice numero 74; il motivo risiede nel fatto che nella classificazione ATECO 2002, l'informatica e le attività connesse, non sono incluse nelle attività di servizi alle imprese, ma costituiscono un'area a sé stante. Tuttavia, data l'importanza che l'informatica ha assunto e continua ad assumere per le imprese si è deciso di inserirla nel settore e di studiarla in un'indagine ad hoc.
- 4. Pubblicità e Marketing**, che comprende studi di promozione pubblicitaria (codice ATECO: 74.40.1), e attività di organizzazione di fiere e convegni (codice ATECO: 74.87.6);
- 5. Intermediari del commercio**, classificati dal codice ATECO 51.1. Come per il caso dell'Informatica, anche per questa classe di attività economica, l'ISTAT ha utilizzato un codice diverso da quello delle attività di servizi alle imprese. Ha classificato infatti questo gruppo nel settore *Commercio all'ingrosso e intermediari del commercio, autoveicoli e motocicli esclusi*, indicato dal codice 51. Tuttavia, dato l'interesse dimostrato dall'Ente Bilaterale per questo settore, soprattutto per la figura professionale dell'Agente di Commercio, si è deciso di realizzare una ricerca su questa categoria, considerandola una branca dei servizi alle imprese.
- 6. Sicurezza dell'ambiente e tutela del territorio**, che comprende le attività di investigazione e vigilanza (codice ATECO: 74.60) e le attività di pulizia e disinfestazione (codice ATECO: 74.70).

### 2.1.1 Le indagini dell'Università e dell'Ente Bilaterale

Dopo aver stabilito quali attività economiche inserire nel settore oggetto di studio, i rappresentanti dell'Università di Padova e dell'Ente Bilaterale hanno deciso di suddividere la ricerca in diverse indagini, fissando inoltre, per ognuna delle due parti, il territorio e le aree su cui svolgere la prima indagine.

Si è stabilito dunque quanto segue (vedi tabella 2.2):

- l'Università di Padova (Ufficio Stage e Mondo del Lavoro) conduce l'indagine su tutto il territorio della Regione Veneto, studiando un campione di imprese classificate dal codice ATECO 2002 nell'area *Amministrazione*;
- l'Ente Bilaterale di Padova conduce l'indagine sul territorio di Padova e Provincia studiando le seguenti aree:
  - imprese classificate dal codice ATECO 2002 74.50, cioè servizi di ricerca, selezione, collocamento e supporto per il ricollocamento di personale e attività delle agenzie di fornitura di lavoro interinale; per comodità quest'area è stata chiamata *Ricerca e Selezione del Personale*;
  - imprese classificate nell'area *Pubblicità e marketing*;
  - imprese classificate nell'area *Sicurezza dell'Ambiente e tutela del Territorio*;

Le due indagini presentano delle somiglianze non solo riguardo agli obiettivi (Capitolo 1, paragrafo 1.3), ma anche su parte delle aree indagate<sup>20</sup> e su alcune metodologie utilizzate<sup>21</sup>; tuttavia conservano sostanziali differenze soprattutto per l'estensione del territorio su cui sono state effettuate le rilevazioni (Tabella 2.2) e sulla numerosità delle imprese campionate.

Le due ricerche sono state condotte perciò in modo separato ed autonomo da entrambi gli enti coinvolti, pur mantenendo una certa sincronia e collaborazione, al fine di poter confrontare i risultati agevolando la risoluzione

---

<sup>20</sup> Entrambi gli enti hanno svolto interviste nell'ambito dell'area *Ricerca e Selezione del Personale*.

<sup>21</sup> Entrambi gli enti hanno utilizzato come tecnica di rilevazione l'intervista faccia a faccia ed il *focus group*; l'Ente Bilaterale ha svolto inoltre circa duecento interviste telefoniche.

di eventuali problemi legati al trasferimento dei dati<sup>22</sup>.

**Tabella 2.2** *Territori ed aree indagati nelle ricerche dell'Università e dell'Ente Bilaterale.*

<b>Ente realizzatore dell'indagine</b>	<b>Territorio</b>	<b>Area economica indagata</b>
Università	Regione Veneto	Amministrazione
Ente Bilaterale	Padova e Provincia	Ricerca e Selezione del personale Pubblicità e <i>marketing</i> Sicurezza dell'Ambiente e tutela del Territorio

I dati che si esaminano nel seguito derivano dall'indagine condotta dall'Ente Bilaterale Padova.

Si presume comunque che l'intero studio sul settore dei servizi alle imprese sarà esaurito in altre due occasioni d'indagine, una sull'area *Produzione* e l'altra dedicata allo studio del settore *Informatica*.

## 2.2 Modalità di raccolta delle informazioni

Come è stato precedentemente spiegato, è necessario, durante la fase dell'astrazione in un'indagine statistica, specificare, oltre agli obiettivi (Capitolo 1, paragrafo 1.3) anche le modalità di raccolta delle informazioni che permettono di perseguire questi ultimi.

L'indagine condotta dall'Ente Bilaterale è stata progettata con lo scopo di studiare più di un gruppo di attività economiche (Tabella 2.3), di conseguenza le modalità di raccolta dei dati sono state definite tenendo conto della struttura

<sup>22</sup> In particolare, nell'area indagata da entrambe le parti, è stato effettuato uno scambio dei dati rilevati in Padova e Provincia.

più o meno complessa e variegata delle imprese da studiare e degli obiettivi specifici che ci si proponeva di perseguire per ogni area d'indagine.

In tabella 2.3 si presentano le aree aziendali indagate dall'Ente Bilaterale ed i codici ATECO (ISTAT, Classificazione delle attività economiche, 2002) delle attività in esse comprese.

**Tabella 2.3** *Categoria merceologica delle aziende indagate dall'Ente Bilaterale, codici ATECO 2002 delle corrispondenti attività economiche oggetti d'indagine e area aziendale indagata.*

<b>Dizione ATECO</b>	<b>Codice ATECO</b>	<b>Area aziendale indagata</b>
Servizi di ricerca, selezione, collocamento e supporto per il ricollocamento di personale	74.50.01	Amministrazione
Attività delle agenzie di fornitura di lavoro interinale	74.50.02	
Studi di promozione pubblicitaria	74.40.01	Pubblicità e <i>marketing</i>
Organizzazione di fiere, esposizioni e convegni	74.87.6	
Servizi di vigilanza privata	74.60.1	Sicurezza dell'ambiente e tutela del territorio
Servizi di investigazione	74.60.2	
Servizi di pulizia	74.70.1	
Servizi di disinfestazione	74.70.1	

Nella tabella 2.4 sono schematizzate, oltre alle aree indagate, anche le rispettive tecniche utilizzate per contattare le imprese campionate e raccogliere le informazioni necessarie.

Le informazioni relative alle aziende classificate nelle aree "Amministrazione" e "Pubblicità e *marketing*" sono state raccolte svolgendo interviste faccia a faccia (Paragrafo 2.2.1) ed interviste telefoniche (Paragrafo 2.2.2). I motivi di questa scelta sono da attribuirsi alla considerevole numerosità delle imprese classificate in questi settori nel territorio patavino. Si è ritenuto quindi necessario effettuare un certo numero di interviste *de visu*<sup>23</sup> con lo scopo di rilevare informazioni dettagliate su struttura ed organizzazione

---

<sup>23</sup> Interviste faccia a faccia.

dell'azienda, nonché sulle figure professionali operative nell'impresa; la raccolta delle informazioni è stata poi completata con un numero più consistente di interviste telefoniche, più semplici e veloci, allo scopo di raggiungere un numero di dati rappresentativo dell'universo patavino ed ottenere quindi stime significative ed attendibili.

**Tabella 2.4** Aziende indagate dall'Ente Bilaterale e tipo di contatto effettuato.

Codice ATECO	Dizione ATECO	Modalità di raccolta delle informazioni		
		FACCIA A FACCIA	TELEFONICHE	FOCUS GROUP
74.50.01	Servizi di ricerca, selezione, coll. e supporto per il ricoll. di personale	X	X	
74.50.02	Attività delle agenzie di fornitura di lavoro interinale	X	X	
74.40.01	Studi di promozione pubblicitaria	X	X	
74.87.6	Organizzazione di fiere, esposizioni e convegni	X	X	
74.6	Servizi di investigazione e vigilanza		X	X
74.7	Servizi di pulizia e disinfestazione		X	X

Le imprese che svolgono attività nell'ambito della sicurezza dell'ambiente e tutela del territorio sono state contattate tramite due *focus group* ed interviste telefoniche; i *focus group* sono stati organizzati rispettivamente per un gruppo di esperti del settore di "vigilanza ed investigazione" e per un gruppo di testimoni privilegiati operanti nel settore di "pulizia e disinfestazione". Si può dire che le informazioni qualitative si sono raccolte tramite i *focus group*, mentre, per le informazioni di tipo

quantitativo<sup>24</sup>, necessarie per effettuare stime indicative sulla situazione dell'occupazione nei due settori, ci si è riferiti ai dati rilevati con le interviste telefoniche, più rapide ed immediate.

### **2.2.1 Interviste faccia a faccia**

Nell'intervista faccia a faccia il rilevatore pone le domande del questionario personalmente all'intervistato registrando immediatamente sullo stesso le risposte che ottiene. L'aspetto peculiare di questo tipo di rilevazione è la stretta interazione che si instaura fra i due soggetti implicati, tra i quali i ruoli sono precisi e vedono l'uno in posizione subordinata rispetto all'altro.

Nell'indagine svolta dall'Ente Bilaterale, l'intervista faccia a faccia è stata accostata al contatto telefonico perché la prima permette di rivolgere domande più complesse ed articolate al soggetto intervistato, disponendo di tempi relativamente più lunghi. Inoltre, l'intervistatore ha potuto fornire personalmente chiarimenti e spingere l'intervistato ad un maggiore sforzo di memoria nei casi in cui questa sia stata richiesta dai quesiti.

Il risultato è che, se l'intervistatore segue correttamente una serie di regole comportamentali nella conduzione dell'intervista (Paragrafo 2.2.1.1), i dati rilevati, soprattutto quelli di carattere descrittivo/qualitativo, difficili da rilevare con un contatto telefonico, risultano molto più particolareggiati e chiari.

---

<sup>24</sup> Per informazioni di tipo quantitativo si intendono tutti quei dati di carattere numerico che si sono acquisiti durante le interviste: ci si riferisce ad esempio al numero di addetti dell'impresa ed alla loro ripartizione per tipo di contratto di assunzione, al numero di figure professionali previsto per eventuali assunzioni future, etc..

### 2.2.1.1 Schema d'istruzioni per intervistatori in indagini faccia a faccia

Generalmente i questionari sono strutturati e compilati secondo precise regole: è sufficiente quindi che il rilevatore si limiti a seguire lo schema del questionario cartaceo, ponendo ordinatamente le domande e selezionando le modalità di risposta fornite dal rispondente. Nessuna discrezionalità viene lasciata al rilevatore nella determinazione della sequenza di domande o del “percorso” fra le possibili domande del questionario. Va evidenziata tuttavia l'importanza che assumono gli *atteggiamenti* dei rilevatori nella conduzione dell'intervista, in quanto, se da un lato danno garanzia della raccolta dei dati, dall'altro favoriscono in modo più o meno stimolante la collaborazione dei soggetti contattati condizionando, di conseguenza, la qualità dei dati rilevati.

I risultati finali della rilevazione dipendono dalla capacità del rilevatore di gestire il complesso percorso dell'intervista con:

1. *fiducia in sé stesso e abilità nel rendere note l'utilità sociale del risultato e l'importanza della ricerca.* In pratica, l'atteggiamento del rilevatore verso l'oggetto studiato e la sua padronanza dell'intervista, influenzeranno l'accettazione da parte delle persone contattate, assicurando la copertura del campione assegnato e la qualità delle risposte ottenute;
2. *il giusto dosaggio* – dipendente dalla personalità del rilevatore – *di cortesia e di neutra professionalità* con la quale il rilevatore gestisce l'intervista contribuisce a determinare il livello di attendibilità delle risposte che riesce ad ottenere.

Il rilevatore è tenuto inoltre al più rigoroso *riserbo sulle informazioni* di cui venga in possesso durante l'indagine. Sulle informazioni individuali rilevate durante la ricerca il rilevatore è tenuto infatti al *segreto d'ufficio* (art. 9 D.Lgs. 322/1989).

La *presentazione dell'indagine* alla persona designata è una fase particolarmente delicata, poiché dal modo di presentarsi e dal modo di entrare in argomento dipendono non solo il rifiuto o l'assenso a rispondere, ma anche

il clima complessivo del colloquio che si stabilirà con l'intervistato. L'intervistatore deve:

- a. stabilire un rapporto empatico con l'interlocutore;
- b. fornire le opportune informazioni sugli scopi, sui promotori e sui realizzatori dell'indagine;
- c. dare assoluta garanzia di tutela della segretezza dei dati raccolti e dell'utilizzo esclusivamente statistico delle informazioni ricevute.

Al momento del contatto, dopo aver introdotto brevemente l'indagine, il rilevatore potrà cominciare ad introdurre la prima sezione del questionario. A questo punto, potrà trovarsi di fronte ad una delle seguenti situazioni:

- *ottiene l'assenso per l'intervista dalla persona designata*; in questo caso procede a somministrare le domande del questionario in ogni sua parte, annotando anche eventuali considerazioni relative a problemi incontrati durante l'intervista, nonché le peculiarità della persona interpellata rispetto alla generalità delle persone con cui è venuto a contatto. Inoltre, se il rilevatore ha forti motivi per sospettare che alcune risposte non siano veritiere, scriverà in fondo al questionario quanto crede che sia necessario per orientare correttamente l'analista dei dati;
- *non ottiene l'intervista dalla persona designata per rifiuto della stessa a concedere l'intervista*; in questa poco probabile eventualità, alla quale farà fronte con gli argomenti che si riportano in seguito, il rilevatore cercherà di farsi aiutare dai responsabili dell'indagine per tentare di convincere la persona della serietà e dell'importanza dell'indagine. Se la persona insiste nel rifiutarsi, si registreranno i dati sommari della stessa e si ringrazierà comunque;
- *la persona designata non capisce l'italiano*; in tal caso, se non ha nessuno che, avendo accompagnato l'utente, possa fare da interprete, rimedierà registrando i dati sommari della persona e i motivi di mancata intervista;
- *la persona designata non è in grado di rispondere all'intervista (sordo, muto, altro grave handicap)*; in tal caso si possono chiedere le informazioni ad un adulto che l'accompagna.

Le frasi tipiche con le quali le persone oppongono resistenza all'intervista sono esposte nel seguito con l'indicazione del modo in cui



l'intervistatore dovrebbe comportarsi per ottenere la collaborazione. Naturalmente, nelle situazioni diverse da quelle che si espongono, il rilevatore può ispirarsi alle indicazioni che si danno trovando da solo il modo per superare diffidenza e scarsità di interessi.

### ***Frase di sbarramento per gli interpellati***

(i) *“Perché proprio io”*

Le imprese a cui chiediamo la collaborazione all'indagine sono state selezionate in modo casuale al fine di rappresentare al meglio il settore d'interesse nel territorio padovano. Le risposte che ci darà saranno utilizzate insieme a quelle forniteci dalle altre imprese selezionate al fine di poter disegnare un quadro attendibile della situazione dell'occupazione nel settore di cui fa parte anche la Sua azienda.

(ii) *“Estrema diffidenza”*

L'indagine mira a delineare la situazione attuale dell'occupazione nel mercato del lavoro per il settore dei servizi alle imprese, formulando previsioni sui modelli occupazionali riferibili al breve ed al medio/lungo termine, ed individuando eventuali gap quantitativi e qualitativi. In questo modo si vorrebbero aumentare le quantità di informazioni inerenti la formazione del personale, creando una sorta di collegamento più diretto tra i datori di lavoro ed i ragazzi in cerca di occupazione o che si apprestano ad uscire dall'Università. Il beneficio l'avranno quindi, sia gli Istituti di formazione e di istruzione, come le Università e le Associazioni di Categoria, perché saranno facilitati nell'orientare le proprie risorse a percorsi di formazione e preparazione tecnico – specialistica sempre più specifici e mirati, sia le imprese che cercano personale, che potranno disporre di risorse umane sempre più specializzate.

Quest'indagine è la seconda di una serie di indagini svolte allo scopo di studiare le figure professionali e le competenze richieste dalle imprese in specifici settori industriali ed artigianali del nostro territorio. La prima indagine è stata svolta l'anno scorso nell'ambito del settore turistico ed ha riscosso un

buon successo. Il fatto è che abbiamo bisogno della collaborazione di quante più persone sia possibile per produrre dei risultati attendibili e veritieri. Se vuole assicurarsi personalmente della serietà dell'indagine si può rivolgere al Servizio Comunicazione dell'Ascom Padova (tel: 049-8209711) che potrà illustrarLe le nostre finalità meglio di me.

(iii) *“Non ho tempo, non mi interessa”*

Guardi Signor/Signora l'intervista dura veramente pochi minuti. E' sufficiente che Lei si fermi per dieci minuti. Hanno risposto già diverse persone oggi. Non ho mai impiegato più di dieci minuti.

(iv) *“Non serve”*

Sono d'accordo con Lei che molte inchieste servono a poco. Però, in questo caso, si vuole proprio che le imprese si esprimano per far capire al mondo universitario e della formazione quali sono le caratteristiche e le competenze più utili per i giovani che si apprestano a fare il loro ingresso nel mondo del lavoro. Se non ce lo dite voi, che siete “il lavoro”, non riusciremo mai a fornirvi il personale che cercate.

(v) *“Cosa ne farete?”*

Con i risultati di questa indagine, l'Ente Bilaterale saprà quali sono le professionalità che cercate, incluse le competenze e le caratteristiche personali che preferite riscontrare in un giovane che “bussa alla vostra porta”. Queste informazioni saranno comunicate all'Università che è partner e consulente scientifico della ricerca ed in particolare all'Ufficio Stage e Mondo del Lavoro, nonché all'Ufficio Formazione dell'Ascom Padova i quali provvederanno a modificare, investire e creare corsi specifici per soddisfare al meglio sia i giovani, che saranno facilitati ad entrare nel mondo del lavoro, sia le imprese come la Sua, che troveranno in tempi sicuramente più brevi le professionalità che cercano.

## 2.2.2 Interviste telefoniche

Come anticipato al paragrafo 2.2 l'Ascom Padova ha realizzato, per conto dell'Ente Bilaterale, un certo numero di interviste telefoniche, circa duecento, nell'ambito di alcuni settori d'indagine. Tali interviste sono state realizzate con l'ausilio di sistemi informatici specializzati, ossia sistemi creati appositamente per assistere il rilevatore nella somministrazione del questionario telefonico al soggetto intervistato, memorizzando ed archiviando in modo ordinato i dati raccolti.

Le interviste di questo tipo fanno parte della categoria delle rilevazioni *computer assisted* (Paragrafo 2.2.2.1), mentre il questionario utilizzato per effettuare tali interviste prende il nome di *questionario elettronico* (Paragrafo 2.2.2.2).

### 2.2.2.1 Le rilevazioni *computer assisted*

Da qualche tempo e in modo sempre più frequente, i dati vengono rilevati con l'intermediazione di strumenti elettronici.

Le rilevazioni di questo tipo si dicono *computer assisted*, assistite da computer (Fabbris, 2000) e permettono di gestire, in modo completamente automatizzato, non solo la composizione, ma anche la somministrazione del questionario, nonché la registrazione delle risposte e il controllo di qualità delle stesse.

L'acronimo CASIC (*Computer assisted Survey Information Collection*) è il termine che indica l'insieme di queste nuove tecniche d'indagine. CASIC comprende tre principali tipi di tecniche di rilevazione con questionario informatizzato:

- CATI (*Computer assisted Telephone Interviewing*) per la rilevazione telefonica;
- CAPI (*Computer assisted Personal Interviewing*) per la rilevazione faccia a faccia;

– CASI (*Computer assisted Self-administered Interviewing*) per autocompilazione del questionario (Capiluppi, 2000).

### 2.2.2.2 Il questionario elettronico

La componente centrale di un indagine *computer assisted* è il questionario elettronico o informatizzato, un programma *software* a tutti gli effetti, che, di norma, si propone sullo schermo del *computer* e scorre via via che si registrano, in tempo reale, le risposte su apposite basi di dati.

I vantaggi di questo tipo di questionario sono numerosi e, soprattutto, molto rilevanti da un punto di vista prettamente statistico.

Il questionario elettronico svolge principalmente tre funzioni:

1. conduce l'intervista dei soggetti, sostituendo al questionario cartaceo una interfaccia interattiva;
2. registra le risposte direttamente su supporto magnetico, in una base di dati opportuna;
3. effettua controlli di coerenza e verosimiglianza in tempo reale durante l'intervista, permette cioè in primo luogo di verificare in tempo reale la compatibilità delle risposte con quelle date precedentemente e di disporre, eventualmente, di informazioni aggiuntive per risolvere l'incompatibilità subito o in un successivo momento; in secondo luogo di controllarne la verosimiglianza, calcolando la probabilità che siano errate, data una predefinita distribuzione statistica delle risposte.

Il beneficio che si ottiene sulla coerenza delle risposte registrate è sicuramente maggiore rispetto a quello che si otterrebbe trascrivendole su questionario cartaceo, dove i controlli vengono effettuati "a freddo", dopo cioè la registrazione dei dati ed escludendo perciò qualsiasi possibilità di confronto con il rispondente.

Un altro pregio del questionario *informatizzato* rispetto al tradizionale cartaceo è quello di apparire sullo schermo del computer sempre nella sua forma più semplice, presentandosi cioè con il minimo numero di domande, in

accordo alle caratteristiche incontrovertibili del rispondente (sesso, età, stato civile, titolo di studio, ecc.).

Per realizzare un questionario *computer assisted* è possibile ricorrere a diversi tipi di strumenti software che supportano un proprio linguaggio ad hoc mediante il quale è possibile realizzare il questionario come un “programma” di alto livello (Capiluppi, 2000). Questi sistemi permettono di ridurre la competenza informatica richiesta al ricercatore per realizzare un’indagine *computer assisted*, ma presentano alcune limitazioni, come una certa rigidità dovuta ad una struttura “chiusa”, cioè limitata ad adempiere alle sole funzioni rese disponibili nella fase di progettazione; un’organizzazione dei dati raccolti in strutture dati non sempre ottimali; un’impossibilità reale ad effettuare indagini longitudinali.

Il questionario elettronico somministrato nell’indagine condotta dall’Ente Bilaterale è schematizzato al paragrafo 2.4.2.2 e la sua versione definitiva è consultabile alla sezione Allegati di pag. 289 (Allegato B3).

### **2.2.2.3 Il sistema CAPTOR 1.0**

CAPTOR 1.0 è un sistema informatico progettato appositamente per la realizzazione di indagini statistiche *computer assisted* mediante tecniche di rilevazione di tipo CASI (*Computer assisted Self-administered Interviewing*).

CAPTOR 1.0 si caratterizza per alcuni aspetti innovativi:

- è il primo sistema appositamente creato per la realizzazione di indagini CASI, con soluzioni specifiche ideate in funzione delle particolari caratteristiche e problematiche che questa tecnica presenta;
- è progettato con l’obiettivo di costituire uno strumento di rilevazione per la realizzazione di indagini longitudinali, idoneo cioè a seguire nel tempo insieme di soggetti sottoposti periodicamente a intervista su temi collegati all’indagine;
- prevede la registrazione di risposte in un database normalizzato, definito automaticamente dal sistema, che crea una tabella per ogni domanda del

questionario. I dati raccolti risultano così organizzati in maniera ottimale dal punto di vista dell'archiviazione e dell'analisi.

### **2.2.3 Focus group**

Il *focus group* è una riunione di gruppo durante la quale ha luogo un'intervista rivolta ad un gruppo di persone, chiamate anche testimoni privilegiati, per approfondire un tema o particolari aspetti di un argomento e raccogliere dati qualitativi.

Testimone privilegiato è una persona interpellata durante un'indagine per descrivere le caratteristiche di un contesto culturale, economico, ambientale di cui si reputa sia l'informatore più idoneo.

Per selezionare un gruppo di testimoni privilegiati, occorre prima di tutto formare una lista di persone che nella comunità svolgono un ruolo formale qualificato in funzione degli obiettivi d'indagine; depennare gli individui che:

- non hanno un livello di conoscenza adeguato,
- non collaborano,
- non sono capaci di comunicare in modo comprensibile al ricercatore,
- non sono imparziali nel riportare le informazioni; cercare "a valanga" altre persone qualificabili come informatori; costituire un gruppo di circa sette o otto partecipanti (Fabbris, 1989).

Il *focus group* si svolge come un'intervista di gruppo guidata da un moderatore/facilitatore che, seguendo una traccia, più o meno strutturata di intervista, propone degli "stimoli" ai partecipanti. La discussione ha solitamente una durata di circa 90 minuti e viene interamente registrata su supporto audio. I soggetti coinvolti sono di tre tipi:

1. il *moderatore*, che ha il compito di condurre e guidare la discussione seguendo una scaletta (griglia) di punti da sviluppare preparata in precedenza;
2. l'*osservatore*, che ha il compito di analizzare le reazioni verbali e non verbali dei partecipanti trascrivendo i commenti e i dialoghi dei soggetti

durante le fasi dell'interazione; al *focus group* possono partecipare anche più di un osservatore, l'importante è che si limitino ad assistere senza alcuna interazione diretta con il gruppo o con il moderatore;

3. i *partecipanti*, cioè i soggetti dell'indagine, che vengono selezionati in base a determinate caratteristiche in comune che li mettono in relazione alla tematica di ricerca. E' necessario che il gruppo sia eterogeneo, per cultura e prassi per permettere l'emergere di posizioni diverse, anche se risulta comunque utile individuare similitudini nelle percezioni.

Le fasi di conduzione di un *focus group* sono sostanzialmente cinque:

1. accoglienza o riscaldamento, fase in cui il moderatore si presenta al gruppo, illustra il motivo per cui le persone sono state convocate, esplicita gli obiettivi della ricerca già presentati nella lettera d'invito e dà la parola ai singoli partecipanti affinché questi si possano presentare al gruppo;
2. presentazione degli stimoli, che possono essere verbali (definizioni, domande dirette, libere associazioni, etc.) o visivi (immagini, film, fotografie, oggetti, etc.);
3. discussione;
4. conclusione del *focus group*, in cui si chiede se qualcuno desidera aggiungere qualcosa a quanto detto e si conclude ringraziando i partecipanti per la collaborazione accordata, preannunciando un eventuale futuro contatto per la presentazione degli esiti dello studio;
5. distribuzione dell'incentivo.

## 2.3 Disegno di campionamento

*Campione* è l'insieme delle  $n$  unità selezionate tra le  $N$  che compongono la popolazione allo scopo di rappresentarla quanto ai caratteri, o variabili, oggetto dello studio. Il *disegno di campionamento* è l'insieme delle decisioni prese nel formare il campione (Fabbris, 1989). Del disegno di campionamento si descrivono nei prossimi paragrafi la struttura dei campioni estratti (Paragrafo

2.3.1) e le numerosità campionarie con le relative frazioni di campionamento (Paragrafo 2.3.2).

### 2.3.1 Struttura del campione

Per svolgere l'indagine sui servizi alle imprese l'Ente Bilaterale si è servita principalmente di due tipi di liste (Paragrafo 2.4.1) le quali sono state poi ordinate in modo opportuno, a seconda della tecnica di campionamento che si è deciso di applicare.

Il fatto che siano stati scelti tre diversi metodi per la raccolta delle informazioni necessarie allo studio, ossia il *focus group*, le interviste faccia a faccia e le interviste telefoniche, ha comportato la formazione di campioni di imprese per ognuna di queste metodologie.

Per quanto riguarda i *focus group*, gli esperti sono stati selezionati ed invitati a partecipare all'incontro sulla base della loro notorietà, indice di una certa "esperienza" nell'ambito dei settori di interesse, attivando successivamente un "passaparola" (campionamento "a valanga") per arrivare a disporre di un gruppo di circa sette od otto partecipanti.

Per selezionare il campione di imprese da contattare sia tramite interviste *de visu*, sia tramite interviste telefoniche, si è deciso di applicare la tecnica di estrazione sistematica da liste di aziende stratificate.

Tuttavia, poiché le numerosità delle liste disponibili erano piuttosto contenute, è stato deciso di inserire tutte le imprese nei campioni da intervistare, effettuando una estrazione sistematica stratificata soltanto dalla lista di imprese di pulizia e disinfestazione, molto più numerose rispetto alle altre aziende d'interesse.

Il campione costruito in questo modo prende il nome di *campione stratificato* (Fabbris, 1989). Per ottenere un campione di questo tipo si è proceduto come segue:

1. le liste di partenza (Paragrafo 2.4.1) sono state ordinate in due strati; l'attributo in base al quale è stata suddivisa la popolazione di imprese è



l'ubicazione della sede dell'azienda, quindi, nel primo strato sono state inserite le imprese aventi sede nel Comune di Padova, nel secondo quelle situate in provincia;

2. per estrarre il campione stratificato portando il controllo sulla selezione ancora più a fondo, si è applicato il procedimento di “stratificazione implicita<sup>25</sup>”, che consiste nell'ordinare le unità dentro gli strati secondo il valore assunto su una variabile e nel selezionare il campione con criterio sistematico (Fabbris, 1989). Ognuno dei due strati perciò è stato ordinato al suo interno sulla base del numero di addetti<sup>26</sup>. Le imprese del primo strato (Comune di Padova) sono state poi ordinate disponendole in ordine crescente secondo il numero di addetti, mentre quelle del secondo strato (provincia di Padova) in ordine decrescente rispetto alla stessa variabile. Questo criterio di stratificazione implicita, che consiste nell'ordinare le unità di ogni strato successivo invertendone il senso dell'ordinamento rispetto alla variabile “implicita”, si denomina “a serpentina” perché richiama l'immagine stilizzata di un serpente (Fabbris, 1989);

3. si è proceduto poi all'estrazione delle unità campione applicando una selezione sistematica con probabilità di inclusione variabile e proporzionale al numero di addetti impiegati all'interno delle imprese; questo comporterà poi, nella fase di analisi, l'utilizzo di pesi nel calcolo delle stime per correggere la differente probabilità di inclusione delle unità. Tali pesi saranno proporzionali all'inverso della probabilità di inclusione delle unità nel campione. In questo caso, la probabilità di inclusione di un'impresa è proporzionale al numero di addetti impiegati nella stessa, di conseguenza, un'azienda con “tanti” addetti avrà maggiori probabilità di essere estratta rispetto ad un'azienda con “pochi” addetti. Nella fase di analisi dei dati bisogna tener conto di questa differente probabilità di inclusione, ponderando i dati rilevati in modo tale che questa probabilità venga compensata. Il peso da associare alla generica unità  $i$  è

---

<sup>25</sup> Il procedimento mira alla formazione di un campione le cui unità sono distanziate da intervalli all'incirca costanti sulla variabile considerata per l'ordinamento delle unità ed equivale all'introduzione a tutti gli effetti della variabile nella stratificazione.

<sup>26</sup> Per numero di addetti si intende la somma tra addetti dipendenti ed addetti indipendenti.

dunque dato da:  $w_i=1/\pi_i$  dove  $\pi_i$  è la probabilità che l'unità appartenga al campione.

### 2.3.2 Numerosità campionarie

Quante unità statistiche introdurre nel campione è probabilmente il quesito più enigmatico che si pone chi si avvicina al campionamento.

Il prendere quante più unità è possibile con il bilancio disponibile è semplicistico; codifica, correzione, memorizzazione, elaborazione e conservazione dei dati acquisiti comporta un impegno di risorse umane e materiali non indifferente. D'altra parte, un campione esiguo può compromettere la credibilità dei risultati dell'indagine in quanto la numerosità campionaria determina l'attendibilità delle stime.

La scelta si pone allora nei seguenti termini: la numerosità ottima di un campione è quella che permette di ottenere gli obiettivi dell'indagine al minimo costo e sarà il più piccolo numero in base al quale le stime raggiungono il livello di attendibilità atteso dal ricercatore (Fabbris, 1989).

L'indagine svolta dall'Ente Bilaterale ha utilizzato campioni le cui numerosità sono state decise cercando di contemperare principalmente tre fattori:

- numerosità minima necessaria al raggiungimento di stime attendibili,
- numerosità massima "soportabile" dall'ente di ricerca, calcolata approssimativamente in funzione del bilancio, del tempo e delle risorse umane disponibili;
- argomenti oggetto di rilevazione, valutati sulla base di conoscenze preliminari acquisite in occasione di interviste pilota<sup>27</sup>.

---

<sup>27</sup> Un'intervista pilota è un'intervista che si svolge in genere con due scopi principali: quello di acquisire informazioni sull'argomento di ricerca e/o quello di testare preliminarmente gli strumenti di rilevazione (questionari). Nel caso di questa indagine un'intervista – pilota è stata effettuata al responsabile di filiale di una *Agenzia di fornitura di lavoro Interinale* per acquisire informazioni sull'organizzazione delle filiali e sul numero di addetti solitamente impiegati al

In tabella 2.5 sono rappresentate le numerosità totali e campionarie per settore d'indagine.

Si sottolinea ancora una volta che, fatta eccezione per le attività di pulizia e disinfestazione, le altre imprese da intervistare sono state tutte incluse nei campioni.

**Tabella 2.5** *Numerosità totali e campionarie per settore d'indagine.*

Codice ATECO	Dizione ATECO	Totale	Numerosità campionaria		
			De visu	Telefoniche	Focus group
RICERCA E SELEZIONE DEL PERSONALE					
74.50.01	Servizi di ricerca, selez, coll. e supp per il ricoll. di personale	29	5	24	No
74.50.02	Attività delle agenzie di fornitura di lavoro interinale	34	5	29	No
PUBBLICITÀ E <i>MARKETING</i>					
74.40.01	Studi di promozione pubblicitaria	54	7	47	No
74.87.6	Organizzazione di fiere, esposizioni e convegni	34	7	27	No
SICUREZZA DELL'AMBIENTE E TUTELA DEL TERRITORIO					
74.60.01	Servizi di vigilanza	13	No	9	4
74.60.02	Servizi di investigazione	14	No	10	4
74.70.01	Servizi di pulizia e disinfest.	258	No	37	7

loro interno. Altre interviste di questo tipo sono state svolte, in modo piuttosto informale, per acquisire informazioni sulle strutture delle imprese di *Vigilanza* e di *Pulizie*, allo scopo di scegliere una numerosità campionaria adeguata di imprese da interpellare.

## **2.4 Materiali utilizzati**

Per svolgere l'indagine sui servizi alle imprese sono stati utilizzati essenzialmente due tipi di strumenti: liste di imprese classificate nelle categorie merceologiche indagate, che sono state utilizzate per selezionare il campione di aziende da intervistare (Paragrafo 2.4.1); questionari costruiti in modo idoneo al tipo di contatto scelto per rilevare le informazioni cercate (Paragrafo 2.4.2).

Nei paragrafi seguenti si descrivono brevemente gli strumenti suddetti.

### **2.4.1 Liste di imprese**

Le liste dalle quali sono stati estratti i campioni di imprese da interpellare sono di due tipi:

- liste CCIAA<sup>28</sup>,
- liste ricavate dalle Pagine Gialle.

Le prime sono liste di imprese che contengono informazioni estratte dal Registro Imprese della Camera di Commercio (indirizzo, attività esercitata, addetti, ecc.), una vera e propria anagrafe economica dove si registrano tutti i fatti salienti di un'impresa, dalla nascita alla cessazione. Queste liste dispongono, oltre ai recapiti dell'impresa, anche della descrizione delle attività esercitate e della loro distinzione in primaria e secondaria ma, soprattutto, dispongono del numero di addetti, variabile utile per effettuare un ordinamento logico delle aziende all'interno della lista (Paragrafo 2.3.1).

Le liste di questo tipo sono state richieste per disporre dell'elenco di imprese iscrittesi alla Camera di Commercio nelle categorie merceologiche indagate.

Le seconde sono liste ricavate dalle Pagine Gialle dove, a differenza delle liste CCIAA, si trovano soltanto i recapiti dell'azienda e qualche informazione di tipo descrittivo - pubblicitario sulle attività esercitate.

---

<sup>28</sup> CCIAA sta per Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura.

Sono state utilizzate per riuscire ad ottenere l'universo delle *Agenzie di fornitura di Lavoro Interinale* di Padova e Provincia. Si è riscontrato infatti che nelle liste della Camera di Commercio non è possibile rintracciare tutte le imprese iscritte nella categoria merceologica di *attività delle agenzie di fornitura di lavoro interinale* (codice ATECO 74.50.2), in quanto non compaiono tutte le filiali presenti nel territorio, ma soltanto le sedi principali di questo tipo di aziende.

Inoltre ci si è serviti di queste liste per cercare di incrementare il numero di aziende d'interesse presenti nel territorio che, dalle prime liste e fatta eccezione per le imprese di pulizia e disinfestazione, risultava piuttosto esiguo.

## 2.4.2 Questionari

Fra i metodi di rilevazione di dati presso le popolazioni, il questionario occupa una posizione preminente.

Il questionario è un insieme strutturato di domande, eventualmente corredato dalle possibili risposte, registrato su un supporto adeguato per la somministrazione (Fabbris, 1987).

E' identico per tutti i soggetti a cui lo si sottomette ed essendo le domande presentate per iscritto, la standardizzazione suppone l'esistenza di un formulario, in cui verranno registrate le risposte ottenute. E' registrato su di un supporto adeguato che può essere un modulo o una scheda, oltre ovviamente ad un semplice foglio di carta. Tra gli altri è un questionario anche l'insieme delle domande in un sistema CATI, che, riferendosi all'uso di sistemi computerizzati, costituisce un riferimento fondamentale per l'esecuzione di indagini telefoniche (Paragrafo 2.2.2.2).

Attraverso il questionario si cerca di raccogliere dati riguardanti esperienze, opinioni, ricordi e progetti delle persone sotto indagine. I possibili contenuti del questionario e gli aspetti rilevati possono riguardare una descrizione:

- dei comportamenti;
- degli atteggiamenti;

- delle opinioni;
- delle motivazioni dei soggetti intervistati;

accanto ad una rilevazione di:

- informazioni personali e
- informazioni ambientali, ossia contenuti inerenti ad argomenti soggettivi ed oggettivi.

Il questionario traduce la problematica della ricerca in corso in un complesso di domande collegate con uno o più problemi centrali.

Per strutturare e presentare un questionario e formulare i quesiti con pertinenza ci vuole anche arte (Fabbris, 1987), ossia finezza nel coniugare obiettivi, contesto di ricerca e tecniche, al di là di quello che offre un'ampia e sempre crescente metodologia per la predisposizione di questionari.

Nei prossimi paragrafi si illustrano le strutture dei questionari utilizzati per le interviste faccia a faccia (Paragrafo 2.4.2.1), le interviste telefoniche (Paragrafo 2.4.2.2) e per i *focus group* (Paragrafo 2.4.2.3).

#### **2.4.2.1 Questionario per interviste faccia a faccia**

Si è detto precedentemente che le interviste faccia a faccia sono state realizzate a campioni di imprese classificate nelle categorie di *Ricerca e Selezione del Personale* e *Pubblicità e Marketing*.

I questionari per le interviste faccia a faccia sono quindi due.

Tuttavia, dato che lo scopo dei questionari per questo tipo di indagine è quello di rilevare informazioni descrittive sulla struttura dell'impresa, lasciando ampio spazio alle risposte aperte, ed informazioni quantitative sulla situazione dell'occupazione attuale e prevista, la loro struttura risulta piuttosto generale e standardizzata, quindi, a meno di piccole variazioni, è stata mantenuta la stessa impostazione.

In seguito viene illustrata la struttura dei questionari utilizzati per svolgere le interviste faccia a faccia; la versione originale è consultabile nella sezione Allegati di pag. 289 (Allegato B2).

- SEZIONE A – L'IMPRESA.  
Informazioni di base sull'azienda: indirizzo, numeri di telefono, ragione sociale, forma giuridica, anno di inizio attività, esistenza di accordi di collaborazione con altre imprese, descrizione della *mission*<sup>29</sup> principale, numero di filiali presenti in Italia ed in Veneto.
  
- SEZIONE B – IL RISPONDENTE.  
Informazioni di carattere demografico sul soggetto intervistato: sesso, età, titolo di studio, ruolo ricoperto nell'impresa, funzioni e attività svolte.
  
- SEZIONE C – IL SITO INTERNET.  
Esistenza di un sito internet dell'impresa e tipo di utilizzo a cui viene destinato.
  
- SEZIONE D – CERTIFICAZIONE.  
Si chiede se l'azienda è certificata e le motivazioni che l'hanno spinta o meno a certificarsi. Per le società di ricerca e selezione del personale si richiede inoltre se sono accreditate.
  
- SEZIONE E – CLIENTELA, OBIETTIVI E RISULTATI.  
Informazioni sul tipo di clientela dell'impresa e sui motivi che spingono un'azienda – cliente a rivolgersi all'impresa intervistata; informazioni sull'andamento dell'impresa nell'ultimo anno e sugli eventuali obiettivi di sviluppo prossimi futuri.
  
- SEZIONE F – IL PERSONALE.  
Informazioni sul numero di addetti, sul tipo di contratti utilizzati, sull'impiego di *stagiaires* o tirocinanti, sulle attività svolte da eventuali

---

<sup>29</sup> Per *mission* principale si intende l'attività primaria esercitata dall'azienda.

familiari impiegati nell'impresa, sull'organizzazione dell'impresa, sulle figure professionali presenti<sup>30</sup> e sulle attività e funzioni da esse svolte.

A questa sezione sono associati due moduli, il Mod 01\_a ed il Mod 01\_b, che vogliono indagare le figure professionali che operano rispettivamente in aree funzionali con e senza un responsabile.

Si richiedono inoltre informazioni sugli eventuali consulenti di cui si serve l'azienda (se prestano i loro servizi in modo occasionale o continuo, il tipo di formazione superiore/universitaria posseduta, quali attività svolgono).

▪ SEZIONE G – VARIAZIONI DEL PERSONALE NELL'ULTIMO ANNO.

Informazioni sull'eventuale riduzione o aumento o invariabilità del personale durante l'ultimo anno; se e quante assunzioni sono state effettuate e per quali figure professionali; si richiede inoltre se sono stati assunti neolaureati, per quali ruoli sono stati assunti e se ci sono stati motivi di insoddisfazione attinenti alla loro preparazione universitaria.

▪ SEZIONE H – PREVISIONI.

Informazioni sulle eventuali prossime assunzioni (entro due anni), richiedendo per quali figure professionali si farà richiesta e se tali figure necessitano di una formazione di scuola superiore o universitaria. Per ogni figura professionale per cui si prevedono assunzioni, si sottopongono le domande contenute nel *Modulo 02*. Nel caso in cui non vengano previste assunzioni, se ne richiedono le motivazioni.

▪ MODULO 02 – COMPETENZE RICHIESTE AL PERSONALE IN ENTRATA.

Informazioni circa i tempi entro i quali si prevede l'inizio delle selezioni per la figura professionale in questione, descrizione delle funzioni che tale figura dovrà svolgere, se e quali competenze linguistiche, informatiche e

---

<sup>30</sup> Per ogni figura professionale presente nell'impresa è stato richiesto il titolo di studio, la descrizione delle attività svolte, le competenze informatiche e le competenze linguistiche con il relativo livello di conoscenza posseduti, eventuali altre competenze tecnico – specialistiche, caratteristiche individuali peculiari per lo svolgimento delle attività richieste.



personali saranno necessarie ed infine si richiede se e su quali argomenti si prevede di sottoporre tale figura a formazione.

Come è stato detto alla Sezione H, questo modulo viene somministrato soltanto alle aziende che prevedono di effettuare assunzioni entro i prossimi due anni.

▪ SEZIONE I – CONOSCENZA DEI NUOVI CORSI DI STUDIO.

Si è chiesto ai soggetti intervistati se sono a conoscenza del nuovo sistema universitario detto 3+2 e se hanno già avuto modo di incontrare a colloquio qualche giovane laureato, “frutto” del nuovo sistema. Si è chiesto inoltre, nel caso di una buona conoscenza dell’argomento da parte degli intervistati, un’opinione personale sui nuovi titoli.

Infine si sono raccolte informazioni sul grado di conoscenza di un nuovo documento di supporto al *curriculum vitae* che l’Università sta preparando e che si chiama *Diploma Supplement*<sup>31</sup> Per avere un quadro delle opinioni delle aziende, si è chiesto quali aspetti preferirebbero che fossero documentati, oltre al titolo di studio ed al voto di Laurea.

▪ SEZIONE L – CRITERI DI SELEZIONE DEI LAUREATI.

Per cercare di individuare quali sono le caratteristiche personali ed individuali maggiormente richieste dai datori di lavoro appartenenti ai settori d’interesse, è stato applicato il cosiddetto “metodo torneo” ad una serie di qualità personali che l’intervistato è stato chiamato a valutare. L’originalità del metodo sta nel fatto che le diverse voci non vengono valutate singolarmente assegnando ad esse un punteggio in base al livello d’importanza che assumono per l’intervistato, ma il soggetto è chiamato a scegliere, tra due qualità, quella che considera preferibile all’altra durante la selezione di un neo – laureato. Le voci “vincenti” poi, vengono accoppiate a loro volta, ed il soggetto deve, di nuovo, dichiarare quale tra le due preferisce; il metodo procede iterativamente finchè non si arriva ad una

---

<sup>31</sup>Glossario a pag. 270.

sola voce “vincitrice assoluta”. In questo modo si ottiene, alla fine, una buona classifica delle qualità sottoposte a valutazione.

▪ SEZIONE M – CONCLUSIONE.

Ringraziamento per la collaborazione e la disponibilità accordate; richiesta di eventuali suggerimenti per una maggiore comunicabilità tra il mondo del lavoro, quello universitario e quello delle associazioni di categoria quali l’Ascom Padova – Ente Bilaterale Padova.

### **2.4.2.2 Questionario per interviste telefoniche**

Le interviste telefoniche sono state effettuate a campioni di imprese classificate nei seguenti settori di attività economica:

1. servizi di investigazione e vigilanza,
2. servizi di pulizia e disinfestazione,
3. pubblicità,
4. organizzazione di fiere, esposizioni e convegni,
5. ricerca, selezione e fornitura di personale.

Il questionario somministrato a queste imprese è stato costruito sulla base di quello utilizzato per le interviste faccia a faccia. E’ stato sintetizzato per rendere l’intervista più veloce possibile, ma alcune sezioni si sono mantenute uguali al questionario cartaceo per ottenere le informazioni più interessanti ai fini dell’indagine, come quelle relative alla struttura dell’azienda, al personale, alle figure professionali ed alle previsioni.

In seguito viene illustrata la struttura del questionario utilizzato per svolgere le interviste telefoniche; la versione originale è consultabile alla sezione Allegati di pag. 289 (Allegato B3).

▪ SEZIONE A – CONTATTO CON IL RISPONDENTE.

Contatto con l’impresa, spiegazione del progetto, informazioni generali sul rispondente.

- SEZIONE B – L'IMPRESA.  
Informazioni sull'impresa: forma giuridica, anno di inizio attività, unità locali/filiali, certificazione, accreditamento (solo per società di ricerca e selezione del personale).
  
- SEZIONE C – IL SITO INTERNET.  
Presenza di un sito internet e indirizzo.
  
- SEZIONE D – CLIENTELA, OBIETTIVI E RISULTATI.  
Tipo di clientela prevalente, raggiungimento o meno degli obiettivi fissati nell'anno appena trascorso, intenzioni per il prossimo futuro.
  
- SEZIONE E – IL PERSONALE.  
Numero di addetti dell'impresa, tipo di contratti utilizzati, figure professionali presenti, descrizione delle figure professionali (funzioni, competenze, caratteristiche personali).
  
- SEZIONE F – VARIAZIONI DI PERSONALE NELL'ULTIMO ANNO.  
Numero di assunzioni o di uscite di personale negli ultimi 12 mesi. Numero di assunti con un titolo universitario o con un diploma di scuola media superiore.
  
- SEZIONE G – PREVISIONI.  
Previsioni di assunzioni o uscite di personale nei prossimi due anni, eventuali motivazioni, tipo di figure professionali richieste in caso di previste assunzioni, competenze richieste al personale in entrata.
  
- SEZIONE H – CONCLUSIONE.  
Grado di conoscenza dei nuovi corsi di laurea del 3+2 ed eventuali opinioni su tali corsi. Preferenze sulle caratteristiche da documentare in un neo-laureato.

### 2.4.2.3 Questionario per *focus group*

Per condurre i due *focus group* realizzati dall'Ente Bilaterale Padova sono stati utilizzati due tipi di questionari.

Il primo, costruito sulla base di quello utilizzato per le interviste faccia a faccia, è stato consegnato a tutti i partecipanti del *focus* per essere compilato prima dell'inizio della discussione. Sono state richieste informazioni relative a:

- a. il rispondente (informazioni di carattere generale);
- b. l'impresa (anno di inizio attività, rapporti di collaborazione con altre imprese, associazione di categoria, certificazione);
- c. l'attività e la clientela (portafoglio clienti, obiettivi);
- d. il personale e le competenze (numero addetti, contratti utilizzati);
- e. lo sviluppo del settore (opinioni personali sull'andamento futuro del settore);
- f. i nuovi titoli universitari (opinioni personali in merito ai nuovi corsi di laurea).

Il secondo, costruito con lo scopo di servire da scaletta (griglia) di punti da sviluppare durante la discussione, è stato utilizzato soltanto dal moderatore per condurre più agevolmente la riunione. E' costituito da tre domande pensate allo scopo di servire da stimoli per dare spazio a discussioni inerenti gli argomenti da esse toccati. Tali domande riguardano:

1. l'esistenza, all'interno dell'azienda, di aree funzionali con un responsabile e la loro descrizione;
2. gli eventuali aumenti o diminuzioni di personale avvenuti negli ultimi due anni, le competenze richieste alle eventuali figure professionali assunte e gli eventuali gap riscontrati tra competenze richieste e competenze possedute dal nuovo personale;
3. le previsioni, in termini di assunzioni, relative ai prossimi due anni.

La griglia utilizzata nei due *focus group* realizzati è consultabile all'Allegato B1.

## CAPITOLO 3

### Imprese di ricerca e selezione del personale

---

#### 3.1 Il settore della gestione delle risorse umane

Sviluppatosi recentemente, quello delle risorse umane è sicuramente uno dei settori di maggiore interesse per quanto concerne le possibilità di inserimento professionale. All'interno delle imprese infatti, il successo dei processi di innovazione dipende sempre di più dalle funzioni delegate ai responsabili delle risorse umane. Si tratta di professionalità che appaiono sempre meno legate alla loro funzione intesa in senso restrittivo e sempre più coinvolte nelle strategie di cambiamento, nei processi di miglioramento organizzativo e nell'introduzione di nuovi sistemi di gestione del potenziale umano.

Le funzioni relative alla gestione del personale, infatti, possono essere svolte:

- dalle imprese e/o dalle istituzioni che operano esclusivamente nei settori:
  - (i) *gestione ed amministrazione del personale per conto terzi,*
  - (ii) *consulenze del lavoro,*
  - (iii) *servizi di ricerca, selezione e fornitura del personale,* che è poi il settore che si andrà in seguito ad analizzare nel dettaglio;
- dalle unità organizzative che, in tutti i tipi di imprese o di istituzioni, si occupano in modo specifico di gestione delle Risorse Umane.

Tali funzioni possono essere svolte dalla direzione amministrativa di un'impresa oppure possono essere delegate totalmente, od in parte, ad unità funzionali specificamente costituite allo scopo.

La gestione delle risorse umane comprende l'insieme delle funzioni che mirano ad acquisire e gestire in modo efficiente ed efficace il personale di cui necessita l'azienda per il raggiungimento dei propri obiettivi, compatibilmente con le esigenze di soddisfazione e di sviluppo dei lavoratori ed entro i limiti definiti dalla contrattazione sindacale e dalla legislazione. La gestione delle risorse umane comporta anche lo svolgimento di attività connesse alla fuoriuscita del personale.

L'acquisizione del fattore umano riguarda la costituzione dello *stock* di personale di un'organizzazione, attraverso la gestione dei flussi in entrata, interni e in uscita, avendo come riferimento il mercato del lavoro esterno e quello interno delle imprese. E' il processo di gestione delle risorse umane che interessa la maggior parte delle società di ricerca e selezione del personale, oltre alle agenzie di fornitura di lavoro interinale, oggetti di questa indagine sulle imprese di servizi alle imprese.

Generalmente il processo di acquisizione del personale sul mercato del lavoro comprende:

1. la definizione del profilo delle persone di cui ha bisogno l'azienda, cioè un'analisi preventiva delle posizioni o dei ruoli che devono essere ricoperti ed una individuazione dei requisiti che dovrebbero possedere i soggetti da reclutare;
2. la ricerca del personale, che può avvenire attingendo sia all'esterno che all'interno dell'impresa, impiegando in nuovi compiti le persone a suo tempo selezionate. La ricerca può essere compiuta dall'azienda stessa, da studi di consulenza, da agenzie per il lavoro o da società per il lavoro interinale, adottando strumenti di comunicazione appropriata all'immagine aziendale e correlati al tipo di professionalità ricercata;
3. la selezione, che consiste nel vagliare i requisiti posseduti dai candidati e nel confrontarli con il profilo disegnato in sede di analisi dei fabbisogni aziendali, al fine di operare la scelta della persona più adatta allo svolgimento

del lavoro previsto. La selezione vera e propria è preceduta da una preselezione, in cui si analizza il *curriculum* inviato dagli aspiranti candidati e si escludono quelli privi dei requisiti richiesti. Successivamente avviene il colloquio di selezione che mira ad un approfondimento delle caratteristiche dei candidati che hanno superato la preselezione, in modo da accertarne la rispondenza al profilo prefissato. Spesso il colloquio viene completato da test psicologici che tendono ad appurare attitudini e personalità degli individui;

4. assunzione del personale, attività per cui è necessario disporre di un'approfondita conoscenza della legislazione inerente al diritto del lavoro, ai contratti, agli incentivi per le assunzioni e alle procedure di assunzione;

5. accoglimento del personale, che costituisce la fase iniziale dell'inserimento in azienda durante la quale si forniscono al neo – assunto tutte le informazioni utili alla comprensione della realtà organizzativa di cui è entrato a far parte;

6. inserimento del personale, attraverso cui ci si propone di facilitare l'ambientamento e l'integrazione dell'individuo nell'unità organizzativa e nell'azienda in cui è stato assunto.

Recentemente, con la *ricerca e la selezione del personale* prima ed il *lavoro interinale* poi, si sono creati nel corso di pochissimo tempo decine di migliaia di posizioni vacanti che richiedono una preparazione difficilmente reperibile sul mercato a causa della quasi totale assenza di percorsi formativi istituzionali ad hoc. Quella del "selezionatore di personale" è attualmente la figura più ricercata nel settore delle risorse umane (da ISFOL - *Orientaonline*, Area Occupazionale della Gestione delle Risorse Umane<sup>32</sup>).

Nella figura 3.1 si descrivono schematicamente le funzioni che riguardano l'area della gestione delle risorse umane.

---

<sup>32</sup> Ulteriori informazioni su questo argomento sono reperibili al sito: <http://www.isfol.it/orientaonline/>

**Figura 3.1** *Funzioni e attività nella gestione delle risorse umane.*

<b>Funzioni</b>	<b>Attività svolte</b>
Acquisizione del personale	Elaborazione degli standard del personale da assumere Ricerca e Selezione Assunzione Accoglimento ed inserimento del personale
Impiego del personale	Formazione ed addestramento Analisi e valutazione del lavoro Valutazione delle prestazioni Valutazione del potenziale Programmazione delle carriere Politiche retributive Comunicazioni con il personale Amministrazione del personale Relazioni sindacali
Fuoriuscita del fattore umano	<i>Outplacement</i> <sup>33</sup>

Fonte: Minlavoro – ISFOL<sup>34</sup> Alla scoperta delle professioni, *Gestione delle Risorse Umane*.

### **3.1.1 Attività di ricerca e selezione del personale: riferimenti legislativi**

L'attività professionale di ricerca e selezione del personale fa la sua comparsa in Italia negli anni Cinquanta, ma è solo dal 2001 che prende l'avvio la procedura di accreditamento presso il Ministero del Lavoro, espressione di una regolamentazione, confluita nella legge Biagi (Legge 14 febbraio 2003 n. 30).

---

<sup>33</sup> L'*outplacement* è un'attività che ha l'obiettivo di fornire servizi tesi a trovare una nuova occupazione a chi, per qualsiasi motivo, deve separarsi dall'organizzazione in cui opera.

<sup>34</sup> L'ISFOL, Istituto per lo sviluppo della formazione professionale dei lavoratori, è una istituzione di diritto pubblico che opera in collaborazione con il Ministero del Lavoro, altre Amministrazioni dello Stato e le Regioni per lo sviluppo della formazione professionale.



La Legge, pubblicata sulla G. U. n.47 del 26 febbraio 2003, è entrata in vigore il 13 marzo dello stesso anno ed innova l'attuale reticolato normativo in tema di diritto del lavoro secondo due direttrici principali: da un lato contiene una delega al Governo per il potenziamento e, in certi casi, per la vera e propria introduzione di moduli e tipologie contrattuali sconosciuti al legislatore italiano e che, nella gran parte dei casi, sono frutto di esperienze mutate dal contesto economico – giuridico americano; dall'altro lato prevede una sensibile riforma nell'attività di mediazione tra domanda e offerta di lavoro.

Partendo da un'analisi dell'evoluzione di quest'ultimo ambito, l'art. 1 della legge autorizza l'esecutivo ad emanare uno o più decreti legislativi “con particolare riferimento al sistema del collocamento pubblico e privato”. La legge inoltre effettua un chiaro richiamo alla disciplina in materia dettata dal D. Lgs. N. 469/1997 (attuativo, a sua volta, della delega contenuta nell'art. 1 della legge n. 59/1997, la cd. legge Bassanini).

Il decreto legislativo suddetto, pubblicato nella Gazzetta Ufficiale n. 5 dell'8 gennaio 1998, disciplinava il conferimento alle regioni ed agli enti locali delle funzioni e compiti relativi al collocamento e alle politiche attive del lavoro. In particolare, l'articolo 10 definiva le modalità necessarie per l'autorizzazione a svolgere attività di mediazione tra domanda e offerta di lavoro.

Tuttavia, soltanto con la Finanziaria 2001 vengono per la prima volta regolamentate le attività di ricerca e selezione del personale e di assistenza alla ricollocazione.

L'art. 117 della Finanziaria 2001, modificando ed integrando l'art. 10 del D. Lgs. 469/97, introduce importanti innovazioni in materia di intermediazione di mano d'opera, ma soprattutto interviene in una materia che non era mai stata disciplinata in sede legislativa: la ricerca, la selezione e la ricollocazione del personale.

Le modifiche introdotte si occupano, da una parte di definire con sufficiente precisione che cosa si deve intendere, dal punto di vista dei contenuti dell'attività, per mediazione tra domanda e offerta di lavoro, ricerca e selezione del personale, ricollocazione del personale, dall'altra di regolare il

sistema di autorizzazioni e di accreditamenti per l'esercizio di dette attività (Dal sito di Assores, Associazione Italiana fra Società e Studi di Consulenza per la Ricerca e Selezione del Personale<sup>35</sup>).

Si riportano in seguito le definizioni delle suddette attività, così come sono riportate nell'art. 117 della Finanziaria 2001.

Per mediazione tra domanda ed offerta di lavoro si intende *l'attività, anche estesa all'inserimento lavorativo dei disabili e delle fasce svantaggiate, di: raccolta di curricula dei potenziali lavoratori, preselezione e costituzione di relativa banca dati; orientamento professionale dei lavoratori; ricerca e selezione dei lavoratori; promozione e gestione dell'incontro tra domanda e offerta di lavoro anche nella ricollocazione professionale; effettuazione, su richiesta dell'azienda, di tutte le comunicazioni conseguenti alle assunzioni avvenute a seguito dell'iniziativa della stessa società di mediazione; gestione di attività dei servizi all'impiego a seguito di convenzioni con le pubbliche istituzioni preposte, per il cui svolgimento il possesso dell'autorizzazione alla mediazione costituisce criterio professionale* (Nuova regolamentazione RSP, Articolo 10, D. Lgs. 469/1997).

L'esercizio di tale attività richiede quindi l'autorizzazione ministeriale, il che non innova rispetto alla stesura originaria del decreto 469, se non nei tempi di rilascio delle autorizzazioni, che sono notevolmente abbreviati, e nell'abbandono del principio del silenzio-rifiuto.

Inoltre viene specificato che l'attività di mediazione tra domanda ed offerta di lavoro può essere svolta, previa autorizzazione del Ministero del lavoro e della Previdenza Sociale, da imprese o gruppi di imprese, anche società cooperative, con capitale versato non inferiore a 200 milioni di lire, nonchè da enti non commerciali con patrimonio non inferiore a 200 milioni (art.10, comma 2, D. Lgs. 469/1997).

Tali soggetti devono:

- a) disporre di uffici idonei nonchè di operatori con competenze professionali idonee allo svolgimento dell'attività di selezione di

---

<sup>35</sup> Ulteriori informazioni sono reperibili al sito internet: [www.assores.it](http://www.assores.it)

manodopera; l'idoneità delle competenze professionali e' comprovata da esperienze lavorative relative, anche in via alternativa, alla gestione, all'orientamento alla selezione e alla formazione del personale almeno biennale;

- b) avere amministratori, direttori generali, dirigenti muniti di rappresentanza e soci accomandatari, in possesso di titoli di studio adeguati ovvero di comprovata esperienza nel campo della gestione, selezione e formazione del personale della durata di almeno tre anni... (art. 10, comma 7, D. Lgs. 469/1997).

Per ricerca e selezione del personale si intende *l'attività effettuata su specifico ed esclusivo incarico di consulenza, ottenuto dal datore di lavoro cliente, consistente nel ricercare, selezionare e valutare i candidati sulla base del profilo professionale e con le modalità di lavoro concordate con il datore di lavoro cliente, approntando i mezzi ed i supporti idonei allo scopo* (Nuova regolamentazione RSP, Articolo 10, D. Lgs. 469/1997).

Per lo svolgimento di tale pratica di tipo consulenziale quindi è richiesto l'accreditamento ministeriale, soggetto all'esistenza di adeguate condizioni ambientali, professionali e finanziarie.

Lo stesso accreditamento e le stesse condizioni sono richieste per l'attività di ricollocazione del personale, definita come *l'attività effettuata su specifico ed esclusivo incarico del datore di lavoro cliente, ovvero in base ad accordi sindacali da soggetti surroganti il datore di lavoro, al fine di facilitare la rioccupazione nel mercato di prestatori di lavoro, singoli o collettivi, attraverso la preparazione, l'accompagnamento della persona e l'affiancamento della stessa nell'inserimento della nuova attività.*

Per quanto riguarda i riflessi di tali riforme sui datori di lavoro da un lato e sui lavoratori dall'altro, si sottolinea che, per i primi, l'apertura ai privati dei servizi per l'impiego permetterà alle imprese di correlarsi ad una pluralità di organismi, diretti a fornire loro una manodopera il più possibile calibrata sulle specifiche esigenze; risultano così moltiplicate le opportunità per le aziende di trovare un profilo professionale adeguato; dall'altra parte, coloro che sono in cerca di occupazione potranno rivolgersi ora, oltre che agli sportelli di

collocamento pubblico, anche ad agenzie private, *in primis* quelle interinali, così come, ad esempio, alle università, alle scuole superiori ed alle società di selezione del personale o di ricollocazione professionale (Dal sito internet del Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali<sup>36</sup>).

### **3.1.2 Attività di fornitura di lavoro temporaneo: riferimenti legislativi**

Lavoro interinale, lavoro temporaneo, lavoro in affitto, o *leasing* di manodopera sono le espressioni con cui viene definito un rapporto di lavoro introdotto in Italia dalla Legge n. 196/97 ed in particolare dagli articoli 1 - 11, noti anche come *Pacchetto Treu*.

La Legge, intitolata *Norme in materia di promozione dell'occupazione*, sancisce l'emanazione dei due regolamenti inerenti l'istituzione dell'Albo delle società di fornitura di lavoro temporaneo e le modalità di presentazione della domanda di autorizzazione provvisoria all'esercizio dell'attività stessa.

Secondo tale disposto legislativo l'attività di fornitura di lavoro temporaneo può essere svolta solo dalle società iscritte in un apposito Albo tenuto ed aggiornato dal Ministero del Lavoro, soggetto competente anche al rilascio di contestuale autorizzazione qualora risultino soddisfatti i requisiti indicati che dovranno essere comunicati anche alla Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura della provincia in cui la società ha sede legale.

Il lavoro temporaneo si configura come un particolare rapporto triangolare tra il *prestatore di lavoro temporaneo* (il lavoratore), l'*azienda fornitrice* (la società di lavoro in affitto) e l'*azienda utilizzatrice* (cioè l'impresa che usufruisce del servizio e del lavoratore).

---

<sup>36</sup> Per ulteriori informazioni sulla regolamentazione dell'attività di ricerca, selezione e supporto alla ricollocazione di personale si può consultare il sito del Ministero del Lavoro alla pagina: <http://www.welfare.gov.it/EaChannel/MenuIstituzionale/normative/2001/2001-05-24-circ.+57+del+24+maggio+2001.htm>

Le *imprese di fornitura di lavoro temporaneo* sono società che stipulano contratti con lavoratori disposti a prestare la loro opera per datori di lavoro (imprese utilizzatrici) contattati, a loro volta, dalle stesse “agenzie interinali”.

Il *contratto di fornitura di lavoro temporaneo* è quel contratto che permette all’impresa fornitrice di porre uno o più lavoratori a disposizione di una impresa che ne utilizzi la prestazione lavorativa (Legge n. 196/97, art. 1, comma 1). Il contratto prevede che sia compito dell’agenzia fornitrice di lavoro temporaneo assumere il lavoratore facendosi carico, quindi, dei costi che ne conseguono.

Le aziende utilizzatrici, corrisponderanno all’impresa fornitrice un compenso che si somma al costo del lavoro svolto ed al contributo preventivato per la formazione professionale del lavoratore interinale.

Il lavoratore, per conto dell’agenzia che lo assume, presta la sua opera temporanea all’impresa utilizzatrice, agendo sotto la sua direzione. L’agenzia, in base al tipo di impiego e alla durata previste dall’impresa utilizzatrice, assume il prestatore d’opera in genere con un contratto a tempo determinato, oppure con un contratto a tempo indeterminato stabilendo la misura dell’*indennità mensile di disponibilità* corrisposta dall’agenzia di lavoro interinale nei periodi in cui il lavoratore non è assegnato presso alcuna impresa.

La durata massima di una missione presso una impresa utilizzatrice è di due anni, anche se è consentito all’impresa utilizzatrice di assumere a tempo indeterminato il lavoratore; in questo caso la società di lavoro interinale non può opporsi a tale assunzione.

Tra le principali condizioni che le imprese di fornitura di lavoro temporaneo sono tenute per legge a rispettare, per l’esercizio dell’attività, si ricordano:

- a) la costituzione sotto forma di società di capitali ovvero cooperativa;
- b) l’inserimento, nella denominazione sociale, dell’espressione “società di fornitura di lavoro temporaneo”;
- c) l’acquisizione di capitale versato non inferiore a un miliardo di lire;
- d) sede nel territorio italiano o in altro Stato membro della UE;

- e) disponibilità di uffici e di competenze professionali idonee allo svolgimento dell'attività di fornitura di manodopera;
- f) diffusione dell'attività a livello nazionale o, almeno, che abbracci un territorio di un minimo di quattro Regioni.

Vale la pena menzionare che il lavoro interinale è ammesso nei seguenti casi:

- per la sostituzione di lavoratori assenti (ferie, malattia, maternità, ecc.);
- per acquisire qualifiche non previste nei normali assetti produttivi dell'azienda;
- nei casi individuati nella contrattazione collettiva;

mentre è vietato nelle seguenti situazioni:

- per la sostituzione di lavoratori in sciopero;
- presso le unità produttive dove, nei 12 mesi precedenti, si è proceduto a licenziamenti collettivi, a sospensioni dei rapporti o a riduzione dell'orario, con riferimento a lavoratori adibiti alle mansioni in cui si riferisce la fornitura;
- presso imprese che non hanno effettuato la valutazione dei rischi;
- per le lavorazioni riconosciute particolarmente pericolose con decreto del Ministero del Welfare o che richiedono sorveglianza medica

Con la Finanziaria del 2001, sono state apportate significative modifiche con l'obiettivo di creare le condizioni per un maggiore sviluppo del lavoro temporaneo; in particolare, con la Legge n. 388 del 23 dicembre 2000, si è permessa l'estensione del lavoro in affitto anche alle basse qualifiche. La precedente norma vietava, infatti, la fornitura di lavoro interinale per le *qualifiche di esiguo contenuto professionale*, individuate dai contratti collettivi, e tale limitazione era stata oggetto di critica perché sembrava limitasse le possibilità di lavoro per le fasce di lavoratori forse più bisognosi.

Oggi le "agenzie interinali" sono diventate, in seguito al cosiddetto Decreto "autorizzazioni" (Dm 23 dicembre 2003, in G. U. 3 marzo 2004, n.52) "agenzie per il lavoro". Tale Decreto ha infatti definito i criteri e le procedure per l'autorizzazione delle:

- agenzie di somministrazione, che sono automaticamente autorizzate anche all'attività di intermediazione, di ricerca e selezione del personale e di supporto alla ricollocazione professionale,
- agenzie di intermediazione,
- agenzie di selezione e
- agenzie di supporto alla ricollocazione del personale,

tutte definite dal Decreto stesso “agenzie per il lavoro” (Dal sito del Parlamento Italiano, [www.parlamento.it](http://www.parlamento.it)<sup>37</sup>).

### **3.1.3 Trent'anni di statistiche sull'attività di ricerca, selezione e fornitura di personale**

In questo paragrafo si analizzano gli andamenti nel numero di unità locali e di addetti impegnati nell'attività di ricerca, selezione e fornitura di personale (codice ATECO 74.5, ISTAT, Classificazione delle attività economiche, 2002).

I dati sui quali si basano le analisi seguenti sono tratti dal *Censimento dell'industria e dei servizi* dell'ISTAT a partire dal 1971, anno in cui questa attività, prima inesistente, ha cominciato ad essere rilevata.

La tabella 3.1 mostra il numero di unità locali e addetti all'attività di ricerca, selezione e fornitura di personale in Italia. I numeri sono relativi alle diverse ripartizioni geografiche del Paese. Si nota anzitutto la totale inesistenza dell'attività negli anni 1971 e 1981<sup>38</sup>, mentre dal 1991 compaiono le prime unità locali con i primi addetti, molto più numerose al Nord ed in particolare nell'Italia nord – occidentale (Piemonte, Valle d'Aosta, Lombardia, Liguria)

---

<sup>37</sup> Il testo integrale della legge è consultabile alla pagina web: <http://www.parlamento.it/parlam/leggi/971961.htm>

<sup>38</sup> La totale inesistenza di unità locali e di addetti in questo settore negli anni 1971 e 1981 è dovuta al fatto che il nuovo codice ATECO dell'attività di ricerca, selezione, fornitura e supporto al ricollocamento di personale era stato appena introdotto e, se esistevano imprese o società che svolgevano l'attività, queste venivano censite in altre categorie economiche, ad esempio quelle di consulenza.

con 345 unità locali e 1471 addetti (in media 4,3 addetti per unità locale), seguita dall'Italia nord – orientale (Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Veneto, Emilia Romagna) con 160 unità locali e 374 addetti (in media 2,3 addetti per unità locale). In questi anni l'Italia nord – occidentale detiene il 53% circa delle unità locali dell'intera Nazione, mentre l'Italia nord – orientale ne detiene il 24%; il restante 23% delle unità locali si ripartisce tra il Centro, il Sud e le Isole.

**Tabella 3.1** *Unità locali e addetti impegnati nell'attività di ricerca e selezione del personale in Italia dal 1991 al 2001.*

<b>Ripartizione geografica</b>		<b>Anni</b>		
		<b>1991</b>	<b>1996</b>	<b>2001</b>
Italia nord-occidentale	<i>Unità locali</i>	345	469	1.764
	<i>Addetti</i>	1.471	1.645	62.173
Italia nord-orientale	<i>Unità locali</i>	160	230	885
	<i>Addetti</i>	374	627	36.579
Italia centrale	<i>Unità locali</i>	87	198	547
	<i>Addetti</i>	346	652	24.524
Italia meridionale	<i>Unità locali</i>	40	139	261
	<i>Addetti</i>	1.427	465	16.468
Italia insulare	<i>Unità locali</i>	22	87	67
	<i>Addetti</i>	53	314	4.607
<b>Italia</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>654</b>	<b>1.123</b>	<b>3.524</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>3.671</b>	<b>3.703</b>	<b>144.351</b>
	<b><i>Media addetti per U. L.</i></b>	<b>5,6</b>	<b>3,3</b>	<b>41,0</b>

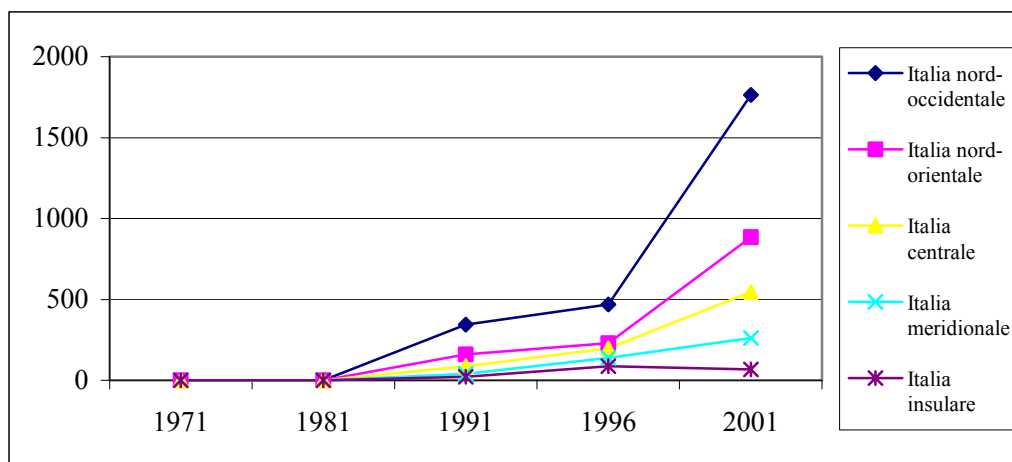
Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1971 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

Gli andamenti nel tempo sia delle unità locali che degli addetti sono in costante crescita fino al 2001. L'Italia nord – occidentale si mantiene sempre sui livelli di numerosità più alti e nel 2001, in soli dieci anni, ha registrato un aumento nelle unità locali del 511%; anche il Nord – est è in costante crescita e sembra che questa sia leggermente più rapida che nell'Occidente, con un aumento nel numero di unità locali del 553% circa. Nonostante siano più lenti



rispetto a quelli del Nord, anche al Centro, al Sud e nelle Isole, si registrano aumenti; tutto ciò conferma un settore in evoluzione in tutto il Paese che non dà per ora alcun segno di rallentamento o calo (Grafico 3.1). Si nota che nel 2001, il numero medio di addetti per unità locale è cresciuto vertiginosamente, passando da 3,3 addetti per unità locale del 1991 a 41 addetti per unità locale nel 2001.

**Grafico 3.1** Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di ricerca e selezione del personale in Italia, dal 1971 al 2001.



La tabella 3.2 riguarda l'andamento del settore di ricerca e selezione del personale in Italia nord – orientale; l'obiettivo è quello di inquadrare più precisamente la posizione assunta dal Veneto in questo tipo di attività rispetto alle regioni che, insieme ad esso, fanno parte della ripartizione nord – orientale. Interessante sarà valutare quali regioni risultano, a fronte dei dati disponibili, le “motrici” principali del settore di ricerca e selezione del personale grazie alle quali l'Italia nord – orientale si classifica al secondo posto nel numero di unità locali ed addetti.

Osservando la tabella ed il grafico 3.2 risulta evidente che le “motrici” dell'attività di ricerca e selezione del personale in Italia nord – orientale sono il Veneto e l'Emilia Romagna; per quanto riguarda il numero di unità locali le due regioni sono praticamente equivalenti, mentre per il numero di addetti l'Emilia Romagna raggiunge la vetta con 16.427 addetti contro i 14.639 del Veneto. Seguono, sia per unità locali che per addetti, il Friuli Venezia Giulia ed

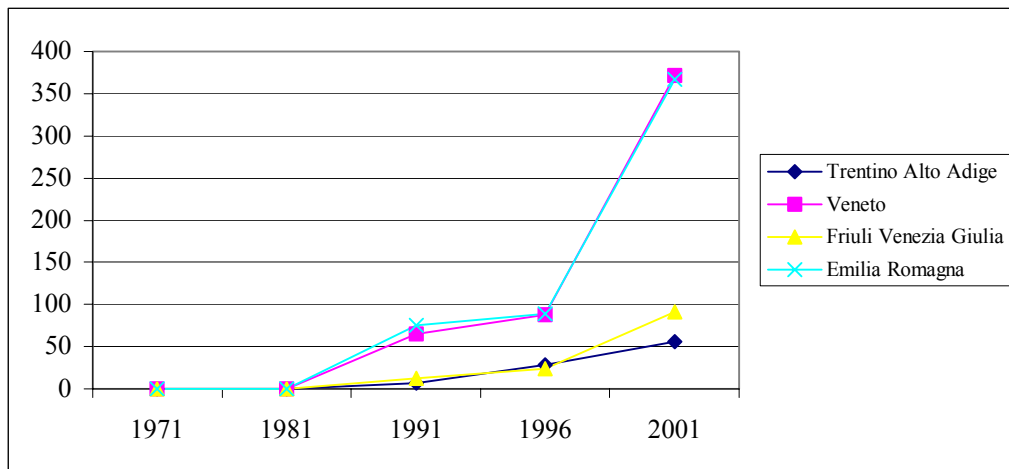
il Trentino Alto Adige. Si nota un notevole aumento nel numero medio di addetti per unità locale dal 1991 (2,3 addetti per unità locale) al 2001 (41,3 addetti per unità locale).

**Tabella 3.2** Unità locali e addetti impegnati nell'attività di ricerca e selezione del personale in Italia Nord – orientale dal 1971 al 2001.

Regione		Anni		
		1991	1996	2001
Trentino Alto Adige	Unità locali	7	29	56
	Addetti	10	96	1.731
Veneto	Unità locali	65	88	371
	Addetti	136	239	14.639
Friuli Venezia Giulia	Unità locali	13	24	91
	Addetti	48	87	3.782
Emilia Romagna	Unità locali	75	89	367
	Addetti	180	205	16.427
<b>Italia Nord - orientale</b>	<b>Unità locali</b>	<b>160</b>	<b>230</b>	<b>885</b>
	<b>Addetti</b>	<b>374</b>	<b>627</b>	<b>36.579</b>
	<b>Media addetti per U. l.</b>	<b>2,3</b>	<b>2,7</b>	<b>41,3</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1971 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

**Grafico 3.2** Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di ricerca e selezione del personale in Italia Nord – orientale, dal 1971 al 2001.



L'andamento generale per tutte le regioni è di costante crescita che sembra essere più rapida ed impetuosa nel Veneto e nell'Emilia Romagna, tanto che le due regioni registrano insieme un numero di unità locali pari al 83% ed un numero di addetti pari al 85% dell'intera Italia nord – orientale.

In Veneto si distingue Padova che risulta la provincia con il numero più elevato sia di unità locali (25, pari al 38% circa del totale delle unità presenti in Veneto) che di addetti (37, pari al 27% circa del totale del Veneto) (Tabella 3.3).

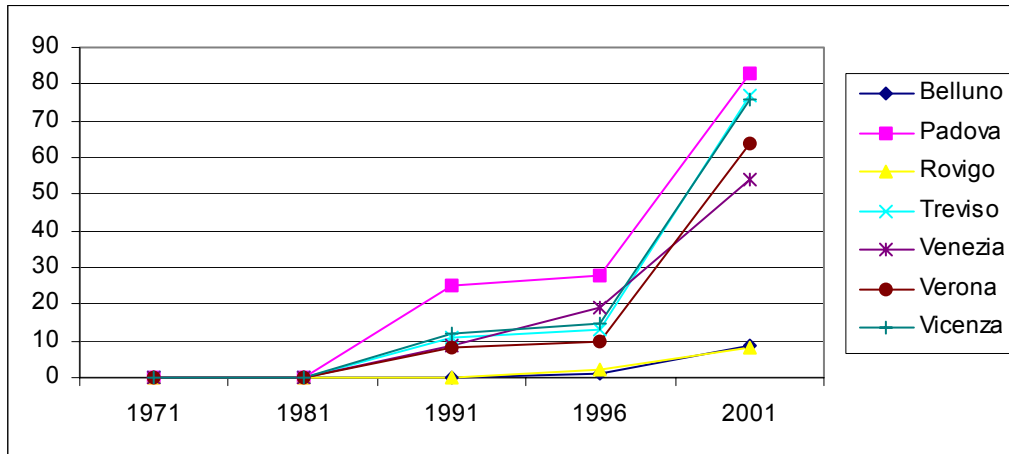
**Tabella 3.3** *Unità locali e addetti impegnati nell'attività di ricerca e selezione del personale in Veneto dal 1971 al 2001.*

Provincia		Anni		
		1991	1996	2001
Belluno	<i>Unità locali</i>	0	1	9
	<i>Addetti</i>	0	6	566
Padova	<i>Unità locali</i>	25	28	83
	<i>Addetti</i>	37	44	2.667
Rovigo	<i>Unità locali</i>	0	2	8
	<i>Addetti</i>	0	2	260
Treviso	<i>Unità locali</i>	11	13	77
	<i>Addetti</i>	18	18	3.203
Venezia	<i>Unità locali</i>	9	19	54
	<i>Addetti</i>	36	118	1.903
Verona	<i>Unità locali</i>	8	10	64
	<i>Addetti</i>	19	18	2.758
Vicenza	<i>Unità locali</i>	12	15	76
	<i>Addetti</i>	26	33	3.282
<b>Veneto</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>65</b>	<b>88</b>	<b>371</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>136</b>	<b>239</b>	<b>14.639</b>
	<b><i>Media addetti per U. l.</i></b>	<b>2,1</b>	<b>2,7</b>	<b>39,5</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1971 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

Osservando il grafico 3.3 si nota che fino all'anno 2001 il settore è in costante sviluppo in tutte le province venete.

**Grafico 3.3** *Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di ricerca e selezione del personale in Veneto, dal 1971 al 2001.*



Nel 2001 è ancora Padova che detiene il numero più elevato di unità locali (83, pari al 22% circa del totale del Veneto), seguita da Treviso e Vicenza (che registrano un numero di unità locali pari a circa il 20% del totale regionale), ma è quest'ultima che registra il numero maggiore di addetti (3.282, 22% circa del Veneto), seguita da Treviso (3.203, 21,8% del Veneto) e Verona (2.758, pari a circa il 19% del Veneto).

### **3.2 Un'indagine sull'attività di ricerca, selezione e fornitura di personale nel padovano**

Si presentano ora i risultati dell'indagine condotta sulle imprese padovane che svolgono attività di ricerca, selezione e fornitura di personale.

Sono stati interpellati due diversi tipi di imprese che svolgono queste attività: le società di ricerca e selezione del personale e le agenzie interinali, alcune delle quali sono diventate recentemente agenzie per il lavoro.

Nonostante che le attività esercitate da questi due organismi siano simili, si è ritenuto opportuno mantenere separate le analisi effettuate, al fine di descriverne con maggior precisione struttura organizzativa adottata e figure professionali impiegate.

### 3.2.1 Le società di ricerca e selezione del personale padovane: struttura e dinamica

Secondo gli elenchi della CCIAA di Padova le società che si occupano di ricerca e selezione del personale in provincia di Padova sono 13. Conglobando con questi elenchi quello delle Pagine Gialle, il numero di società di ricerca e selezione del personale sale a 35 unità.

Sono state effettuate 5 interviste *de visu* e 24 interviste telefoniche. Le restanti 6 imprese sono state inserite nel campione da intervistare telefonicamente da parte degli altri membri dell'Ente Bilaterale<sup>39</sup>.

**Tabella 3.4** *Informazioni raccolte dall'Ascom Padova presso le imprese di ricerca e selezione del personale padovane.*

<b>Tecnica di rilevazione</b>	<b>Campione</b>	<b>Unità non pertinenti<sup>40</sup></b>	<b>Rifiuti</b>	<b>Interviste concluse</b>
Faccia a faccia	5	2	1	5
Telefoniche	24	7	3	14
<b><i>Totale</i></b>	<b><i>29</i></b>	<b><i>9</i></b>	<b><i>4</i></b>	<b><i>19</i></b>

<sup>39</sup> I sindacati CGIL, CISL, UIL.

<sup>40</sup> Con l'espressione "unità non pertinenti" si indicano quelle imprese che sono state campionate dalle liste disponibili e che al momento del pre – contatto telefonico (tramite il quale venivano fornite spiegazioni sul progetto e veniva fissato un appuntamento per l'intervista faccia a faccia) hanno dichiarato di svolgere attività diverse da quelle richieste per lo svolgimento dell'indagine o sono risultate inesistenti o ancora avevano cessato l'attività.

### *La struttura e l'organizzazione*

Come è stato detto al paragrafo 3.1.3 il settore delle risorse umane, in particolare le attività di ricerca e selezione del personale e di fornitura e somministrazione di lavoro, temporaneo e non, ha conosciuto uno sviluppo ed una crescita molto recenti. Infatti, i primi dati disponibili sulla presenza in Italia di unità locali ed addetti registrati con il codice ATECO 74.5 (ISTAT, Classificazione delle Attività Economiche, 2002) sono reperibili dal Censimento del 1991. Ciò si spiega se si considera che gran parte delle imprese che svolgono come attività primaria quella di “ricerca, selezione, fornitura e supporto al ricollocamento di personale” sono nate a partire dalla metà degli anni '80. Le imprese più anziane sono state probabilmente censite sotto altre categorie merceologiche, tra le altre quella delle aziende di consulenza, in quanto, non essendo ancora un'attività conosciuta e diffusa come oggi, la ricerca e selezione del personale non era stata ancora identificata da un codice specifico.

Nel padovano, la maggior parte delle imprese di ricerca e selezione di personale hanno cominciato le loro attività negli anni Novanta (36,8%) mentre il 31,6% è sorto dopo il 2000. Un'altra buona percentuale è nata negli anni Ottanta, mentre una sola impresa ha cominciato l'attività prima del 1980.

**Tabella 3.5** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per anno di inizio attività.*

<b>Anno di inizio attività</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Prima del 1980	6,7	0,0	<b>5,3</b>
1980 – 1990	33,3	0,0	<b>26,3</b>
1990 – 2000	26,7	75,0	<b>36,8</b>
Dopo il 2000	33,3	25,0	<b>31,6</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

Con riguardo all'organizzazione, il 36,8% possiede più di una unità locale o filiale nel territorio (e il 63,2% ha invece un'unica sede). Le imprese aventi più di una unità locale costituiscono quasi la metà di tutte quelle situate nel capoluogo.

**Tabella 3.6** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di più di una unità locale o filiale nel territorio italiano.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha più di una unità locale	46,7	0,0	<b>36,8</b>
Ha solo una unità locale	53,3	100,0	<b>63,2</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

Le tabelle successive (Tabelle 3.7 e 3.8) riportano la distribuzione percentuale delle società interpellate per tipo di posizione in cui si sono dichiarate nei confronti sia della certificazione di qualità, sia della procedura di accreditamento prevista dal Ministero del Lavoro ai sensi del D. Lgs. 469/1997.

Il 42,1% delle società di ricerca e selezione del personale padovane ritiene che la certificazione di qualità non sia rilevante dal momento che, secondo la maggior parte degli intervistati, la procedura di accreditamento è sufficiente per garantire la qualità dei servizi svolti e la professionalità delle persone impiegate (Tabella 3.7). Considerando che il 31,6% delle imprese è già certificato, il 5,3% è in via di certificazione ed il 15,8% ha in programma la certificazione, si può ragionevolmente affermare che circa la metà (52,7%) di queste imprese è “favorevole” alla procedura di certificazione. I principali motivi che spingono le società di ricerca e selezione a certificarsi sono il desiderio di aumentare il prestigio aziendale e la volontà di uniformare e razionalizzare i processi lavorativi dell'impresa.

**Tabella 3.7** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per situazione attuale rispetto alla certificazione.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Già certificata	33,3	25,0	<b>31,6</b>
In via di certificazione	6,7	0,0	<b>5,3</b>
La cert. è in programma	13,3	25,0	<b>15,8</b>
La cert. non è rilevante	40,0	50,0	<b>42,1</b>
Non è certificata	6,7	0,0	<b>5,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

Per quanto riguarda la procedura di accreditamento, si nota che il 78,9% delle imprese si è già accreditato, il 5% circa è in via di accreditamento mentre il 15,8% non lo è ancora (Tabella 3.8).

**Tabella 3.8** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per situazione attuale rispetto alla procedura di accreditamento prevista dal D. Lgs. 469/1997.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Accreditata	80,0	75,0	<b>78,9</b>
Non accreditata	13,3	25,0	<b>15,8</b>
In via di accreditamento	6,7	0,0	<b>5,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

Il 47,4% delle società interpellate è iscritto ad associazioni di categoria, una uguale percentuale non è iscritta ed il restante 5,3% non sa o non ha risposto (Tabella 3.9). Le principali associazioni di categoria nominate sono: Assores (Associazione Italiana fra Società e Studi di Consulenza per la Ricerca e Selezione del Personale), AIDP (Associazione Italiana per la Direzione del Personale), AIF (Associazione Italiana Formatori), ASSOCONSULT (Associazione delle società di consulenza direzionale e organizzativa), API



(Associazione Piccole e medie Imprese), APCO (Associazione Professionale dei Consulenti di Direzione ed Organizzazione), ASCOM (Associazione Commercianti), Unindustria<sup>41</sup>.

**Tabella 3.9** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per iscrizione ad associazioni di categoria.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
E' iscritta	46,7	50,0	<b>47,4</b>
Non è iscritta	46,7	50,0	<b>47,4</b>
Non sa	6,7	0,0	<b>5,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

Il 79% delle imprese possiede un proprio sito internet; il restante 21% lo sta realizzando (Tabella 3.10). Il sito internet viene utilizzato non solo come vetrina informativa o pubblicitaria, ma soprattutto a scopo interattivo, fornendo la possibilità ad un visitatore di inserire il proprio *curriculum vitae* direttamente nella banca dati dell'impresa. Tra le altre funzioni sono previste anche la possibilità di comunicare via e-mail con un Responsabile per ottenere informazioni o per fissare un appuntamento per un colloquio di selezione.

**Tabella 3.10** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di un sito internet.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha un sito internet	93,3	25,0	<b>78,9</b>
Non ha un sito internet	6,7	75,0	<b>21,1</b>
Il sito è in via di realizzazione	0,0	0,0	<b>0,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

<sup>41</sup> Per ulteriori informazioni sulle associazioni di categoria, si rimanda al Glossario di pag. 267.

### *Il personale*

In media le imprese di ricerca e selezione di personale padovane impiegano quasi 4 addetti ciascuna. Si nota che le aziende del capoluogo impiegano in media 2 persone in più rispetto alle imprese situate nel territorio circostante.

**Tabella 3.11** *Numero medio di addetti e percentuale di famigliari sul totale degli addetti impiegati nelle imprese intervistate di Padova e Provincia.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Addetti <sup>42</sup> per unità locale	4,2	2,3	<b>3,8</b>
Percentuale dei famigliari coadiuvanti	3,2	11,1	<b>4,2</b>

**Tabella 3.12** *Distribuzione percentuale degli addetti delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di contratto di assunzione.*

<b>Tipo di contratto</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
A tempo indeterminato	69,8	44,4	<b>66,7</b>
A tempo determinato	6,3	0,0	<b>5,6</b>
<i>Part -time</i>	6,3	11,1	<b>6,9</b>
Apprendistato/Di formazione lavoro	3,2	11,1	<b>4,2</b>
Lavoro temporaneo	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Atipico (co. co. co, a progetto, ecc..)	17,5	44,4	<b>20,8</b>

I famigliari coadiuvanti costituiscono all'incirca il 4% del totale degli addetti impiegati nelle imprese di ricerca e selezione di personale padovane; si nota che tale percentuale è più alta nelle aziende della provincia.

<sup>42</sup> Sotto la voce “addetti” sono registrate tutte le persone impiegate all'interno dell'impresa, compresi il Titolare/Responsabile e gli eventuali famigliari coadiuvanti.

Per quanto riguarda i contratti di assunzione prevalentemente utilizzati da queste imprese, il 66,7% degli addetti di queste aziende è assunto con contratto a tempo indeterminato, il 20,8% è assunto con contratti atipici (Co. Co. Co., a progetto, ecc.), il 7% circa è *part – time*, il 5,6% ha un contratto a termine ed il 4,2% è in apprendistato (Tabella 3.12).

### ***I servizi offerti***

Le imprese che svolgono servizi di ricerca e selezione di personale svolgono generalmente anche servizi di consulenza alle aziende clienti nel campo delle risorse umane (94,7%) e servizi di formazione del personale (63,2%) (Tabella 3.13); il 73,7% svolge anche altri servizi, tra i quali si ricordano: fornitura di lavoro a tempo determinato, fornitura di consulenti e servizi di consulenza direzionale e di organizzazione aziendale.

**Tabella 3.13** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di servizio offerto.*

<b>Servizi offerti</b>	<b>Comune di</b>	<b>Provincia di</b>	<b>Totale</b>
	<b>Padova</b>	<b>Padova</b>	
Ricerca e selezione del personale	100,0	100,0	<b>100,0</b>
Formazione del personale	66,7	50,0	<b>63,2</b>
Consulenza	93,3	100,0	<b>94,7</b>
Altri servizi	33,3	75,0	<b>73,7</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

### ***La clientela***

Come è stato spiegato nei paragrafi precedenti le società di questo tipo svolgono una funzione di intermediazione tra due soggetti: aziende private o enti pubblici che cercano personale specializzato e persone, in genere ben qualificate e con un bagaglio più o meno ricco di esperienza lavorativa già

sulle spalle, che cercano un impiego specifico e che non riescono a trovarlo in altri modi. Dall'indagine svolta è risultato che l'89,5% delle società di ricerca e selezione di personale padovane offre i propri servizi prevalentemente ad aziende private, il 5,3% prevalentemente ad enti pubblici ed il restante 5,3% ad una quantità più o meno paritaria di aziende private ed enti pubblici (Tabella 3.14).

**Tabella 3.14** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di aziende – clienti prevalentemente servite.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Enti pubblici	6,7	0,0	<b>5,3</b>
Aziende private	86,7	100,0	<b>89,5</b>
Metà e metà	6,7	0,0	<b>5,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

Per quanto riguarda le motivazioni che spingono un'azienda privata o un ente pubblico a richiedere servizi di ricerca e selezione di personale e quindi le finalità specifiche che assume un progetto di selezione di personale per le aziende padovane, l'89,5% delle società ha dichiarato che le aziende clienti richiedono il servizio di ricerca e selezione prevalentemente a scopo di assunzione, mentre il 10,5% lo richiede prevalentemente per sostituzione di proprio personale (Tabella 3.15).

**Tabella 3.15** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per finalità del servizio offerto.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Per assunzioni	86,7	100,0	<b>89,5</b>
Per sostituzioni	13,3	0,0	<b>10,5</b>
Per necessità stagionali	0,0	0,0	<b>0,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

La tabella 3.16 mostra la distribuzione percentuale delle imprese di ricerca e selezione di personale per tipo di fonti utilizzate per l'aggiornamento e l'arricchimento delle proprie banche dati di *curricula*.

Si nota che più della metà di queste imprese fa uso di internet per effettuare ricerche di persone in cerca di occupazione, il 15,8% si rivolge a centri per l'impiego e altrettanti ad associazioni di categoria e il 10,5% si serve anche della collaborazione dell'università.

**Tabella 3.16** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di fonti utilizzate per l'aggiornamento delle proprie banche dati.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Università	0,0	13,3	<b>10,5</b>
Centri per l'impiego	50,0	6,7	<b>15,8</b>
Associazioni di categoria	25,0	13,3	<b>15,8</b>
Altre società di ricerca e selezione	0,0	6,7	<b>5,3</b>
Agenzie interinali	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Banche dati in internet	100,0	60,0	<b>68,4</b>
Altro	75,0	93,3	<b>89,5</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

### ***L'andamento delle imprese nell'ultimo anno***

Negli ultimi 12 mesi la maggior parte delle imprese intervistate si ritiene piuttosto soddisfatta dell'andamento degli affari, in quanto il 79% circa ha raggiunto tutti o quasi i risultati desiderati ed il 5,3% ha fatto addirittura meglio del previsto (Tabella 3.17). Tuttavia una percentuale non irrilevante (15,8%) ha dichiarato di aver mancato alcuni degli obiettivi prefissati.

Nell'ultimo anno ci sono state sia delle assunzioni (da parte dell'11,1% delle aziende), sia delle uscite di personale (nel 16,7% delle imprese). Le restanti imprese hanno visto movimenti di normale *turnover* oppure nessuna variazione nel proprio organico (Tabella 3.18).

**Tabella 3.17** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia secondo che abbiano raggiunto gli obiettivi attesi nei 12 mesi precedenti l'intervista.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Meglio del previsto	6,7	0,0	<b>5,3</b>
Risultati desiderati all'incirca	80,0	75,0	<b>78,9</b>
Mancato vari obiettivi	13,3	25,0	<b>15,8</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

**Tabella 3.18** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti avvenuti all'interno dell'organico durante i 12 mesi precedenti l'intervista.*

<b>Movimenti avvenuti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Uscite	20,0	0,0	<b>16,7</b>
Assunzioni	13,3	0,0	<b>11,1</b>
Entrambe	13,3	33,3	<b>16,7</b>
Solo <i>turnover</i>	20,0	0,0	<b>16,7</b>
Nessuna variazione	33,3	66,7	<b>38,9</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(3)</i>	<i>(18)</i>

### ***Le prospettive per il futuro***

Per quanto riguarda le previsioni per il futuro, solo il 15,8% ha intenzione di investire parte degli utili nella ristrutturazione o nell'acquisizione di nuovi locali; la maggior parte delle imprese ha già deciso che non farà di questi investimenti (73,7%) ed il restante 10,5% non ha ancora deciso. Si nota quindi una certa prudenza da parte delle società di ricerca e selezione del personale padovane ad effettuare investimenti per ingrandirsi od espandersi; si nota inoltre che le imprese intenzionate ad investire sono tutte situate nel territorio del comune di Padova (Tabella 3.19).

**Tabella 3.19** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per investimenti nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Intenzionati ad investire	20,0	0,0	<b>15,8</b>
Non intenzionati ad investire	73,3	75,0	<b>73,7</b>
Hanno già investito a sufficienza	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Non sa / Dipende	6,7	25,0	<b>10,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

**Tabella 3.20** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti previsti all'interno dell'organico nei prossimi 2 anni.*

<b>Movimenti previsti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Assunzioni	33,3	33,3	<b>33,3</b>
Uscite	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Solo <i>turnover</i>	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Nessuna variazione	53,3	66,7	<b>55,6</b>
Non sa / Dipende	13,3	0,0	<b>11,1</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(15)</i>	<i>(4)</i>	<i>(19)</i>

Il quadro futuro risulta confortato dalla tabella 3.20, secondo la quale il 33,3% delle imprese intervistate sarebbe intenzionata ad assumere nuovo personale. In media si prevede l'assunzione di quasi 2 persone (1,7) da inserire prevalentemente nell'area di ricerca e selezione come ricercatori e selezionatori di personale. La maggior parte delle aziende intervistate non prevede variazioni, mentre l'11,1% non sa ancora fare una previsione.

### **3.2.2 Le società di ricerca e selezione del personale padovane: le professioni**

Si è visto al paragrafo precedente che il numero medio di addetti impiegati nelle società di ricerca e selezione del personale di Padova e provincia è piuttosto basso, sull'ordine dei 4 addetti.

Si può dire che per la maggior parte delle società intervistate, il numero di addetti varia tra le 2 e le 10 unità.

In base a questa affermazione e a fronte dei dati rilevati, si è notato che la struttura di queste società si differenzia proprio secondo il numero di persone impiegate al suo interno.

Infatti, nelle imprese con un numero di addetti variabile tra 2 e 5, il personale si distribuisce all'interno di un'unica area funzionale; nelle imprese invece il cui organico comprende più di sei addetti, il personale si distribuisce prevalentemente all'interno di tre aree funzionali:

- Amministrazione,
- Gestione delle risorse umane,
- Commerciale.

Ciò non significa che nelle imprese più piccole non vengano svolte le attività legate all'amministrazione o di tipo commerciale; significa piuttosto che, pur non esistendo una vera e propria suddivisione in aree funzionali, un'attività come quella commerciale, di promozione e diffusione del servizio ai potenziali clienti, non viene delegata ad una specifica figura, ma viene accorpata alle attività del titolare che diventa così una figura "multifunzionale" dal profilo professionale estremamente ricco di competenze ed abilità anche molto diverse le une dalle altre. Lo stesso dicasi per l'attività amministrativa, intesa nel senso più semplice del termine (contabilità generale e paghe), che, in una piccola impresa, viene in genere svolta dalla figura del segretario, affiancato in alcuni casi dal titolare stesso.

Le figure professionali prevalentemente impiegate all'interno di una società di ricerca e selezione del personale sono schematizzate nella tabella 3.21.



**Tabella 3.21** Ripartizione delle figure professionali individuate durante le interviste per area funzionale.

<b>Area funzionale</b>	<b>Figure professionali individuate</b>
Amministrazione	Titolare Segretario / Assistente
Gestione delle risorse umane	Responsabile di selezione / valutazione Ricercatore e selezionatore del personale Responsabile selezione <i>junior</i>
Commerciale	Commerciale / <i>Account</i>

***Titolare***

Come è stato detto precedentemente, la figura del titolare, all'interno di una società di ricerca e selezione del personale, è "multifunzionale".

Egli non è solo il responsabile della gestione e del coordinamento di tutte le attività svolte, ma è anche il responsabile del proprio personale, nonché il gestore delle risorse finanziarie dell'impresa.

Il suo ruolo è quello di scegliere, affiancare, coordinare e dirigere il personale; verificare che gli obiettivi prefissati vengano raggiunti, individuandone in caso contrario le cause ed i rimedi possibili; supervisionare le attività amministrative, se queste vengono svolte da personale specifico, o, in caso contrario, occuparsene lui stesso; curare l'immagine della propria impresa, ad esempio servendosi di consulenti per la realizzazione e l'aggiornamento del sito internet, oppure partecipando a convegni ed incontri indetti dall'università o dall'associazione di categoria a cui è iscritto, o ancora stipulando accordi di collaborazione con imprese che necessitano di personale o con centri per l'impiego o con scuole ed università. La sua funzione principale è quindi quella di una generale supervisione su tutte le attività svolte dal proprio personale, nonché quella di promozione dei servizi svolti e di decisione finale in merito a tutte le scelte operabili.

Per quanto riguarda l'attività specifica di selezione del personale per le aziende clienti, questa attività viene svolta dal titolare prevalentemente nei casi di selezione più "difficili", o per i clienti particolarmente esigenti, lasciando le

altre selezioni alle competenze delle figure specifiche. Nel caso in cui, invece, l'impresa sia piuttosto piccola, il titolare assume in genere il ruolo di Responsabile della selezione/valutazione, occupandosi di svolgere consulenze presso le aziende e selezionando il personale allo stadio finale, dopo cioè che sono state effettuate delle preselezioni dai propri collaboratori.

A queste attività si aggiunge poi quella del contatto con la clientela; il titolare infatti deve costruire e mantenere buoni rapporti con i propri clienti e anche se in alcuni casi questa attività viene svolta da una figura specifica come il commerciale, il titolare deve comunque sempre sapere con chi la sua impresa sta trattando, prendendo in alcuni casi egli stesso l'iniziativa di stabilire contatti con i potenziali clienti.

Per poter svolgere questa professione è indispensabile possedere almeno un diploma di scuola superiore con una specializzazione nell'area delle Risorse Umane, o una Laurea in ambito economico, giuridico o umanistico; conoscere ad un buon livello almeno la lingua inglese, scritta e parlata e saper utilizzare i principali strumenti informatici (pacchetto *Office*, *Browser* per internet, posta elettronica). Sono necessarie inoltre abilità e competenze nella gestione di tutte le problematiche amministrative relative al personale (paghe, contributi, presenze, contrattualistica specifica, etc.) ed eventualmente nell'elaborazione di buste paga, nell'area contabile e nel controllo di gestione.

L'esperienza nel settore della gestione delle Risorse Umane è indispensabile, dato che la maggior parte dei titolari intervistati hanno maturato una esperienza nel settore di almeno cinque anni.

A livello caratteriale, la persona che ricopre questa professione si distingue per flessibilità, velocità mentale, organizzazione, relazionalità e *problem solving*, oltre ovviamente a capacità carismatiche e senso di *leadership* tali da motivare e guidare il gruppo dei propri dipendenti/collaboratori ad attendere agli obiettivi aziendali.

***Segretario / Assistente***

La figura del segretario, al quale molti dei titolari intervistati si riferiscono con l'appellativo di assistente, è anch'essa una figura "multifunzionale", soprattutto nelle società di piccole dimensioni.

*In primis* le sue mansioni sono quelle tipiche della gestione agenda, cioè telefonate, appuntamenti, organizzazione riunioni, battitura testi, fotocopie, fax, e-mail, smistamento posta etc.. Si occupa inoltre di accogliere i clienti ed i candidati, di ritirare i *curricula* memorizzandoli in *data base* già predisposti e talvolta di gestire dati aziendali effettuando una reportistica mensile sulle attività. Un'altra importante mansione di questa figura è quella di tenere i contatti con i clienti ed i candidati, facendo da intermediario tra questi ed il titolare o il Responsabile dell'area selezione/valutazione.

Tuttavia, con il restringersi del numero di addetti dell'impresa, le mansioni richieste a questa figura aumentano. In alcuni casi infatti può esserle richiesta l'elaborazione di buste paga (paghe, contributi, modelli fiscali) e la gestione dell'area contabile/amministrativa (gestione prima nota, contabilità generale, contabilità clienti, fatturazione, bollettazione, predisposizione bilancio di fine anno).

Per poter svolgere questa professione non è necessario possedere un particolare titolo di studio, ma, tra tutti, è preferibile un diploma di tecnico commerciale o uno di ragioneria, eventualmente, se vengono richieste mansioni di tipo amministrativo/contabile, una Laurea ad indirizzo economico.

E' necessaria la conoscenza discreta della lingua inglese, sia scritta che parlata ed un'ottima conoscenza dei maggiori sistemi applicativi (pacchetto *Office*, *Browser* per internet e posta elettronica). Per quanto riguarda competenze tecnico – specialistiche, sarebbe preferibile possedere un qualche tipo di specializzazione o aggiornamento nel campo delle Risorse Umane.

A livello caratteriale è fondamentale il possesso di ottime doti di comunicazione, di cortesia e di gentilezza, nonché buone capacità di trattare con i clienti e con i candidati; la persona che svolge questa professione deve essere inoltre dotata di dinamismo, flessibilità e riservatezza, nonché di ottime

capacità organizzative, capacità di lavorare in modo autonomo e cura di sé nel modo di presentarsi.

### ***Responsabile area selezione / valutazione***

Il Responsabile dell'area selezione/valutazione è un consulente del lavoro, esperto in Risorse Umane. Come tutti i ricercatori e selezionatori di personale, ha il compito di effettuare una corretta analisi delle esigenze delle imprese – clienti e di valutare le potenzialità e le caratteristiche personali ed attitudinali dei candidati, mettendole in relazione con la posizione che dovrà essere ricoperta nell'azienda richiedente. In genere però questa figura si occupa dei casi di selezione più complessi, oppure effettua selezioni solo dopo che è già stata realizzata una fase di preselezione dai ricercatori e selezionatori di personale. Deve inoltre presentare alle aziende – clienti il candidato o i candidati selezionati fornendo descrizioni particolareggiate sulle loro abilità e competenze ed illustrando ovviamente i motivi per i quali ha scelto questo o quel candidato.

E' compito di questa figura dunque creare, gestire e mantenere il rapporto con le aziende committenti, nonché definire le competenze professionali ed individuali dei lavoratori richiesti. Deve poi selezionare il personale, in genere già preselezionato dai collaboratori, effettuando colloqui di selezione individuali e di gruppo ed utilizzando test attitudinali e di personalità. Infine deve effettuare un'analisi ed un bilancio di competenze dei candidati selezionati da presentare all'azienda – cliente.

Tra le sue mansioni è compresa anche la gestione ed il coordinamento degli altri ricercatori e selezionatori di personale, tramite l'assegnazione dei singoli casi di selezione ed eventualmente l'affiancamento nelle situazioni più complesse.

Questa figura, detta anche consulente RSP (ricerca e selezione del personale), diventa dunque, dal punto di vista delle aziende – committenti, non solo un risolutore/facilitatore dei problemi aziendali connessi con la dinamica delle RU (Risorse Umane), ma anche un fautore di contatti e di conoscenze,

mentre, dal punto di vista dei candidati, risulta un interlocutore nonché un mediatore professionale (Berardi, 2003).

Non sono pochi i casi in cui è il titolare stesso a ricoprire questo ruolo all'interno dell'impresa, soprattutto dove il numero di addetti è limitato.

Per svolgere questa professione è ormai quasi fondamentale possedere una Laurea in ambito economico, giuridico o umanistico, con una o più specializzazioni nel campo delle Risorse Umane. E' necessario possedere un ricco bagaglio culturale ed un buon numero di anni di esperienza nel settore (ad esempio come ricercatore e selezionatore di personale, o consulente del lavoro). E' preferibile una buona conoscenza almeno della lingua inglese, sia scritta che parlata, ed un'ottima dimestichezza con i principali programmi informatici (pacchetto *Office*, *Browser* per internet, posta elettronica). Sarebbe preferibile possedere nozioni di pianificazione ed organizzazione aziendale.

Dal punto di vista caratteriale è necessario possedere un'ottima dialettica e quindi elevate doti di comunicazione e di gestione delle relazioni interpersonali, predisposizione al contatto con i clienti, professionalità e serietà, ottime capacità di analisi psico – attitudinali delle persone, spirito di iniziativa, capacità di prendere decisioni in modo autonomo, propensione a svolgere il proprio lavoro secondo il raggiungimento di obiettivi prefissati, determinazione e precisione, *problem solving*, capacità carismatiche e senso di *leadership*.

### ***Ricercatore e selezionatore del personale***

Come il Responsabile dell'area di selezione/valutazione, questa figura ha il compito di effettuare un'analisi delle esigenze delle imprese – clienti e di valutare le potenzialità e le caratteristiche personali ed attitudinali dei candidati, mettendole in relazione con la posizione da ricoprire nell'azienda richiedente. Deve poi selezionare il personale svolgendo uno *screening*<sup>43</sup> dei *curricula* pervenuti ed un *recruiting*<sup>44</sup> dei candidati; svolgere e gestire colloqui

---

<sup>43</sup> Dall'inglese *to screen* che significa vagliare, è la procedura di lettura e “setacciamento” preliminare che si svolge su tutti i *curricula* pervenuti.

<sup>44</sup> Con questo termine ci si riferisce all'azione di ricerca dei profili più vicini al ruolo professionale per il quale si ha avuto richiesta.

di selezione o di preselezione individuali e di gruppo utilizzando anche test attitudinali e di personalità.

Si sottolinea che nelle società in cui è presente un Responsabile dell'area di selezione/valutazione, le mansioni di questa figura professionale vengono leggermente ridotte; ad esempio le selezioni effettuate diventano delle preselezioni ed il contatto con le aziende – clienti diventa meno diretto e frequente, perché questi compiti, che richiedono in genere maggiore esperienza, responsabilità ed autonomia, vengono assegnati al Responsabile dell'area. Nel caso invece di piccole imprese, questa figura svolge anche attività di tipo commerciale per promuovere i servizi svolti e contattare potenziali nuovi clienti.

Dalle interviste effettuate, si è potuto intuire che non esiste ancora un percorso di studi o di esperienze specifico per svolgere la professione di ricercatore e selezionatore di personale. Infatti, poiché le possibilità che conducono a questa professione sono tante, come le caratteristiche possedute da chi esercita questa attività, non esiste in questo campo un profilo “standard”.

Si dirà comunque che per svolgere questo “mestiere” è ormai altamente consigliato possedere una Laurea in ambito umanistico (Lettere, Filosofia, Psicologia), giuridico o economico, preferibilmente con una specializzazione nel campo delle Risorse Umane. E' preferibile conoscere discretamente almeno la lingua inglese, scritta e parlata, ed avere una certa dimestichezza con il calcolatore, in particolare con il pacchetto *Office, Browser* per internet, posta elettronica. E' importante conoscere le tecniche per effettuare valutazioni su competenze e professionalità dei candidati e per saper “leggere” un *curriculum vitae*.

Particolarmente importanti per questa figura risultano le qualità personali ed in particolare lo spirito di iniziativa, la flessibilità, la propensione commerciale, un forte orientamento mentale finalizzato al raggiungimento di obiettivi prefissati, la propensione a comprendere a fondo le esigenze dei clienti, un'ottima cultura generale, un'ottima capacità di relazione con imprese e candidati, una buona dialettica, delle buone doti organizzative e cura di sé nel modo di presentarsi.

### ***Responsabile selezione junior***

Questa figura si può definire come un ricercatore e selezionatore di personale “alle prime armi”. E’ infatti ricoprendo questo ruolo che l’esperto in ricerca e selezione del personale comincia la propria carriera, affiancato da ricercatori *senior* che hanno il compito di trasferirgli il *know – how* necessario per svolgere questa professione. Come si è accennato prima infatti, l’inesistenza di un percorso di studi specifico mirato a formare questa figura professionale, spinge colui che si appresta ad entrare nel settore delle Risorse Umane a sviluppare la propria professionalità attraverso l’affiancamento del diretto superiore, adattandosi ad un ruolo o ad un’attività, apprendendo le cose nel farle ed acquisendo esperienza nel lavoro in *equipe* con i colleghi e nei casi più semplici di selezione.

Si può dire quindi che, nella maggior parte dei casi, questa figura professionale è una figura “temporanea”, nel senso che le mansioni ad essa assegnate vengono svolte per un periodo di tempo limitato, fino a quando il giovane selezionatore ha acquisito un bagaglio sufficiente di esperienza e competenze per diventare ufficialmente un ricercatore e selezionatore di personale.

Fino ad allora, egli si occuperà di effettuare ricerche di annunci di aziende che cercano personale e di candidati che cercano lavoro in riviste specializzate, in internet ed in banca dati; preparerà gli annunci di ricerca di lavoro e di personale sottoponendoli poi al vaglio del Responsabile di selezione, parteciperà a discussioni di gruppo sui candidati da selezionare, prenderà i contatti iniziali con i candidati.

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un diploma di scuola superiore, anche se, per fare carriera, sarebbe preferibile una Laurea in materie umanistiche, giuridiche o economiche. E’ preferibile conoscere discretamente almeno la lingua inglese e sapersi destreggiare con il *personal computer*, almeno con i programmi di utilizzo più comune (*Office*, *Browser* per internet, posta elettronica). Dal punto di vista personale, sono gradite doti di creatività, fantasia ed entusiasmo nell’apprendere cose nuove, capacità di lavorare in *team*, nonché buone capacità organizzative.

### ***Commerciale / Account***

L'attività dell'addetto commerciale consiste nello sviluppare e monitorare il portafoglio clienti, tramite visite periodiche presso la clientela potenziale e già acquisita. Le sue mansioni consistono nell'illustrare ai clienti i servizi svolti dall'impresa ed i vantaggi ad essi connessi, nell'aggiornarli su eventuali nuovi servizi e nel fornire assistenza e cura alla clientela in un'ottica di fidelizzazione della stessa. Ha il compito inoltre di monitorare il mercato e le azioni della concorrenza e in alcuni casi deve partecipare alla definizione e alla realizzazione delle strategie di sviluppo commerciale, implementare le attività in modo coerente con le strategie definendo criticità e opportunità di sviluppo, monitorare i risultati commerciali attraverso adeguati strumenti di controllo su base informatica (tabelle, *report*). E' possibile che vengano richieste a questa figura attività di tipo formativo per l'istruzione di altri commerciali o di ricercatori e selezionatori che potrebbero coadiuvare nell'attività commerciale.

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un diploma di tecnico commerciale o di ragioneria, ma viene largamente preferita la Laurea, anche di primo livello, in ambito economico o giuridico, possibilmente con specializzazione nell'area delle Risorse Umane; è preferibile la conoscenza dell'inglese, sia scritto che parlato, mentre è necessaria un'ottima conoscenza del pacchetto *Office*, in particolare dei fogli di calcolo *Excel* ed *Access*.

Per quanto riguarda le competenze specifiche, è fondamentale conoscere il mercato di riferimento, la contrattualistica specifica dei vari settori commerciali ed i termini tecnici delle diverse professioni, possedere managerialità e qualità d'approccio, una buona padronanza delle tecniche commerciali, di negoziazione e di *budgeting* (capacità di fare previsioni e di analisi dei clienti).

Dal punto di vista personale invece è importante per questa figura saper lavorare in *team* e per obiettivi, possedere ottime capacità di organizzazione e di pianificazione del proprio lavoro, essere dinamici, puntuali e disponibili a frequenti spostamenti sul territorio provinciale.



### 3.2.3 Le agenzie per il lavoro padovane: struttura e dinamica

Secondo gli elenchi della Camera di Commercio di Padova, l'elenco delle Pagine Gialle ed altri elenchi reperiti da internet, le agenzie per il lavoro che svolgono servizi di fornitura di lavoro temporaneo a Padova e Provincia sono 37.

Con l'obiettivo di conoscere la realtà di queste aziende, la loro struttura interna e le figure professionali in esse presenti, sono state effettuate 5 interviste *de visu*<sup>45</sup> e 29 interviste telefoniche da parte dell'Ascom di Padova (Tabella 3.22). Le restanti 3 agenzie interinali sono state inserite nel campione da intervistare telefonicamente da parte dei tre sindacati (CGIL, CISL, UIL), membri dell'Ente Bilaterale.

**Tabella 3.22** *Informazioni raccolte dall'Ascom Padova presso le agenzie per il lavoro padovane.*

<b>Tecnica di rilevazione</b>	<b>Campione</b>	<b>Unità non pertinenti</b>	<b>Rifiuti<sup>46</sup></b>	<b>Interviste concluse</b>
Faccia a faccia	5	1	1	5
Telefoniche	29	0	6	23
<b>Totale</b>	<b>34</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>28</b>

<sup>45</sup> Gli eventuali rifiuti sono stati rimpiazzati con filiali dello stesso gruppo in modo da non perdere informazioni, raggiungendo sempre il numero stabilito di contatti faccia a faccia.

<sup>46</sup> Si sottolinea che la principale motivazione addotta per giustificare un rifiuto è stata quella del "divieto di fornire informazioni ad esterni sulla filiale imposta dalla sede centrale della società".

### *La struttura e l'organizzazione*

Le agenzie di fornitura di lavoro temporaneo sono realtà lavorative piuttosto recenti, infatti il cosiddetto “lavoro in affitto” costituisce una forma di lavoro non contemplata fino al 1997 nel nostro ordinamento (dal sito [www.studenti.it](http://www.studenti.it)<sup>47</sup>).

Consultando la tabella 3.23 è possibile avere un'idea degli anni in cui le agenzie padovane hanno cominciato la propria attività. Più della metà di queste agenzie, il 60% circa, è sorta dopo il 2000, mentre il restante 40% ha cominciato l'attività di fornitura di lavoro temporaneo nei dieci anni precedenti. Si nota una leggera differenza tra le filiali situate nel Comune di Padova e quelle situate nel territorio della Provincia; le prime infatti sono, in percentuale leggermente maggiore (64,7% nato dopo il 2000), “più giovani” delle seconde (54,5% nato dopo il 2000).

**Tabella 3.23** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per anno di inizio attività.*

<b>Anno di inizio attività</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Prima del 1980	0,0	0,0	<b>0,0</b>
1980 - 1990	0,0	0,0	<b>0,0</b>
1990 - 2000	35,3	45,5	<b>39,3</b>
Dopo il 2000	64,7	54,5	<b>60,7</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(17)</i>	<i>(11)</i>	<i>(28)</i>

La totalità delle agenzie intervistate possiedono più di una unità locale, il che non è una novità, in quanto la struttura in filiali diffuse sul territorio nazionale fa parte dell'organizzazione di tutte queste imprese.

<sup>47</sup> Ulteriori informazioni sono reperibili all'indirizzo internet: [http://www.studenti.it/universita/studenti\\_lavoratori/interinale.php](http://www.studenti.it/universita/studenti_lavoratori/interinale.php)

**Tabella 3.24** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per situazione attuale rispetto alla certificazione.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Già certificata	58,8	27,3	<b>46,4</b>
In via di certificazione	0,0	36,4	<b>14,3</b>
La cert. è in programma	17,6	18,2	<b>17,9</b>
La cert. non è rilevante	11,8	0,0	<b>7,1</b>
Non è certificata	11,8	0,0	<b>7,1</b>
Non sa/Non risponde	0,0	18,2	<b>7,1</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(17)</i>	<i>(11)</i>	<i>(28)</i>

Per quanto riguarda la certificazione di qualità, la maggior parte delle agenzie interinali padovane al momento dell'intervista era già certificata (46,4%), il 14,3% era in via di certificazione ed il 17,9% aveva in programma di certificarsi (Tabella 3.24). E' stato rilevato che i motivi che spingono queste agenzie a certificarsi sono molteplici: dalla voglia di perseguire politiche di miglioramento continuo, al desiderio di relazionarsi strettamente con aziende a loro volta certificate; dalla volontà di standardizzare le procedure di lavoro, all'intenzione di migliorare la qualità dei servizi offerti, per non parlare del desiderio di dare maggior prestigio all'azienda e di renderla maggiormente visibile nel mercato.

**Tabella 3.25** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di un sito internet.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha un sito internet	94,1	90,9	<b>92,9</b>
Non ha un sito internet	5,9	0,0	<b>3,6</b>
Il sito è in via di realizzazione	0,0	9,1	<b>3,6</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(17)</i>	<i>(11)</i>	<i>(28)</i>

Quasi tutte le agenzie interinali padovane dispongono di un proprio sito internet (92,9%). Il 3,6% non lo possiede (sono tutte agenzie situate nel capoluogo) ed una uguale percentuale lo sta realizzando (Tabella 3.25).

Questo “strumento” viene utilizzato dalle agenzie per il lavoro per molteplici scopi, oltre a quello consueto di promozione pubblicitaria (storia dell’azienda, descrizione dei servizi offerti, numeri e statistiche sui lavoratori “sistemati” dalle diverse filiali del gruppo, ecc.).

Accedendo al sito di un’agenzia interinale è possibile, infatti, visualizzare le offerte di lavoro disponibili, utilizzando appositi “filtri” che rendono la ricerca più affinata e rapida. E’ possibile inoltre compilare su maschere adeguate il proprio *curriculum vitae* per una particolare offerta o per una precisa professione, inserendolo direttamente nella banca dati dell’agenzia.

Viene prevista la possibilità di registrarsi al sito, sia per i candidati, sia per le aziende in cerca di personale, cosicché, tramite *password*, possano essere inseriti e modificati *curricula* e offerte di lavoro.

Da parte sua, l’agenzia ha l’opportunità di descrivere in modo più o meno particolareggiato il lavoratore che cerca (mansioni da svolgere, titolo di studio richiesto, livello di conoscenza delle lingue straniere indispensabile per quel ruolo, competenze tecnico – specialistiche richieste, caratteristiche personali preferibili).

Il sito internet costituisce inoltre, per il personale della filiale, un vero e proprio strumento di lavoro in quanto viene prevista la possibilità, tramite *password*, di accedere alle banche dati dei candidati, compilare ed inviare fatture, inserire i *curricula* compilati in agenzia dai candidati che si presentano al *front office*.

La maggior parte delle agenzie per il lavoro padovane risulta iscritta ad associazioni di categoria (46,4%) (Tabella 3.26). Le associazioni di categoria prevalentemente nominate sono state AILT (Associazione Nazionale delle Imprese di fornitura di Lavoro Temporaneo) e Unindustria<sup>48</sup>.

---

<sup>48</sup> Per ulteriori informazioni sulle associazioni di categoria, si rimanda al Glossario di pag. 267.

**Tabella 3.26** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per iscrizione ad associazioni di categoria.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
E' iscritta	58,8	27,3	46,4
Non è iscritta	29,4	54,5	39,3
Non sa	11,8	18,2	14,3
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(17)</i>	<i>(11)</i>	<i>(28)</i>

### ***Il personale***

Le agenzie interinali padovane sono costituite in media da 3 addetti (Tabella 3.27); si nota che le agenzie situate nel capoluogo sono mediamente più grandi (3,4 addetti, contro 2,8) delle agenzie della provincia.

Per quanto riguarda i contratti di assunzione, l'84% degli addetti, è assunto in queste agenzie con contratto a tempo indeterminato, l'11% con contratto a termine ed il 3% circa ha un contratto di apprendistato o di formazione lavoro. Una parte delle agenzie intervistate, ha, infatti, alle proprie dipendenze, giovani tirocinanti o stagisti (Tabella 3.28).

**Tabella 3.27** *Numero medio di addetti e percentuale di famigliari sugli addetti impiegati nelle imprese intervistate di Padova e Provincia.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Addetti per unità locale	3,4	2,8	<b>3,1</b>
Percentuale di famigliari coadiuvanti	0,0	3,0	<b>1,2</b>

**Tabella 3.28** *Numero medio di addetti delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di contratto di assunzione.*

<b>Tipo di contratto</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
A tempo indeterminato	86,3	80,8	<b>84,1</b>
A tempo determinato	10,3	12,9	<b>11,3</b>
<i>Part - time</i>	0		
Apprendistato/Di formazione lavoro	3,4	1,8	<b>2,8</b>
Lavoro temporaneo	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Atipico (co.co.co, a progetto, ecc..)	0,0	4,5	<b>1,8</b>

### ***I servizi offerti***

La quasi totalità delle agenzie per il lavoro padovane svolgono servizi di ricerca e selezione del personale (96,4%), l'85,7% svolge servizi di formazione del personale, ed il 75% si occupa di consulenza per il lavoro nel campo delle risorse umane per le aziende clienti (Tabella 3.29).

**Tabella 3.29** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di servizio offerto.*

<b>Servizi offerti</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ricerca e selezione del personale	94,1	100,0	<b>96,4</b>
Formazione del personale	94,1	72,7	<b>85,7</b>
Consulenza	82,4	63,6	<b>75,0</b>
Altri servizi	82,4	54,5	<b>74,1</b>

Il 74% delle imprese svolge inoltre altri servizi che sono: fornitura di lavoro temporaneo, somministrazione di personale, fornitura di banche dati di *curricula* ad altre agenzie interinali, *outplacement* (che ha l'obiettivo di trovare

una nuova occupazione a chi, per qualsiasi motivo, deve separarsi dall'organizzazione in cui opera).

### ***La clientela***

I clienti che si rivolgono alle agenzie interinali di Padova e provincia sono prevalentemente aziende private. Le motivazioni principali che spingono un'azienda privata o un ente pubblico a richiedere servizi di ricerca, selezione e fornitura di personale sono, per il 43% delle agenzie, scopi di assunzione, per il 50% necessità stagionali, e per il 7% sostituzioni di personale (Tabella 3.30).

**Tabella 3.30** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per finalità del servizio offerto.*

<b>Finalità del servizio offerto</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Assunzione	58,8	18,2	<b>42,9</b>
Sostituzione	5,9	9,1	<b>7,1</b>
Necessità stagionale	35,3	72,7	<b>50,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(17)</i>	<i>(11)</i>	<i>(28)</i>

Per quanto riguarda le fonti grazie alle quali le agenzie per il lavoro padovane costruiscono le proprie banche dati, la maggior parte si serve di banche dati e ricerche in internet (78,6%), il 60,7% utilizza informazioni provenienti dai centri per l'impiego ed il 39% si serve di rapporti con l'università per inserire *curricula* di giovani laureati nelle proprie banche dati (Tabella 3.31).

Il 35,7% delle agenzie per il lavoro si serve inoltre di altre fonti, come: campagne pubblicitarie, campagne di orientamento nelle scuole, ricerca e pubblicazione annunci su giornali e riviste specializzati.

**Tabella 3.31** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di fonti utilizzate nell'aggiornamento delle banche dati.*

<b>Fonti</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Università	35,3	45,5	<b>39,3</b>
Centri per l'impiego	70,6	45,5	<b>60,7</b>
Associazioni di categoria	11,8	18,2	<b>14,3</b>
Società di ricerca e selezione del personale	0,0	9,1	<b>3,6</b>
Altre agenzie per il lavoro	0,0	0,0	<b>0,0</b>
internet	76,5	81,8	<b>78,6</b>
Altro	47,1	18,2	<b>35,7</b>

### ***L'andamento delle imprese nell'ultimo anno***

Negli ultimi dodici mesi, quindi grossomodo da Novembre 2003, si rileva un andamento piuttosto positivo per le agenzie interinali padovane. Il 68% delle imprese, infatti, ha dichiarato di aver raggiunto tutti gli obiettivi prefissati, mentre il 18% ha fatto addirittura meglio del previsto (Tabella 3.32). Il 14,3% infine ha mancato qualche obiettivo.

**Tabella 3.32** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia secondo che abbiano raggiunto gli obiettivi attesi nei 12 mesi precedenti l'intervista.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Meglio del previsto	17,6	18,2	<b>17,9</b>
Risultati desiderati all'incirca	64,7	72,7	<b>67,9</b>
Mancato vari obiettivi	17,6	9,1	<b>14,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(17)</i>	<i>(11)</i>	<i>(28)</i>



**Tabella 3.33** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti avvenuti all'interno dell'organico durante i 12 mesi precedenti l'intervista.*

<b>Movimenti avvenuti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Uscite	0,0	9,1	<b>3,6</b>
Assunzioni	23,5	18,2	<b>21,4</b>
Entrambe	11,8	0,0	<b>7,1</b>
Solo <i>turnover</i>	23,5	27,3	<b>25,0</b>
Nessuna variazione	41,2	45,5	<b>42,9</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(17)</i>	<i>(11)</i>	<i>(28)</i>

L'andamento positivo dell'ultimo anno viene confermato dalla tabella 3.33. Si nota, infatti, che il 28,5% delle agenzie per il lavoro padovane ha effettuato nuove assunzioni, contro solo il 10,7% che ha visto qualche uscita di personale. In genere le nuove assunzioni sono state effettuate per una persona giovane da inserire come addetto al *front office*.

### ***Le prospettive per il futuro***

A fronte dell'andamento dell'ultimo anno, le previsioni per il futuro delle agenzie per il lavoro padovane sono piuttosto rosee, infatti, quasi il 30% di queste imprese prevede di investire parte degli utili nella ristrutturazione o nell'acquisizione di nuovi locali, il 7% ha già investito a sufficienza, quindi si presume che abbia da poco effettuato tali investimenti ed il 25% non sa ancora fare una previsione (Tabella 3.34). Solo il 39,3% è sicuro che non verranno effettuati nuovi investimenti, almeno nel prossimo futuro.

Per quanto riguarda i movimenti previsti nell'organico di queste aziende, il 32% prevede di effettuare assunzioni a breve o medio periodo; in media sono previste assunzioni per una persona da inserire inizialmente come addetto *front Office* per poi diventare ricercatore e selezionatore di personale (Tabella 3.35).

**Tabella 3.34** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per investimenti nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Intenzionati ad investire	35,3	18,2	<b>28,6</b>
Non intenzionati ad investire	41,2	36,4	<b>39,3</b>
Hanno già investito a sufficienza	5,9	9,1	<b>7,1</b>
Non sa / Dipende	17,6	36,4	<b>25,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(17)</i>	<i>(11)</i>	<i>(28)</i>

Solo il 3,6% prevede delle uscite all'interno del proprio organico. Le agenzie restanti si dividono equamente tra chi prevede un normale *turn over*, chi prevede nessuna variazione e chi invece non è in grado ancora di fare previsioni.

Il 30% delle agenzie intenzionate ad investire o che hanno già investito a sufficienza, prevede anche di effettuare nuove assunzioni e addirittura il 33,3% delle imprese che non prevedono investimenti o ancora non lo fanno, effettueranno tuttavia nuove assunzioni (Tabella 3.36). Si nota che le agenzie che prevedono delle uscite per il proprio organico sono comprese tutte nel gruppo delle agenzie non intenzionate ad investire (5,6%).

**Tabella 3.35** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti previsti all'interno dell'organico nei prossimi 2 anni.*

<b>Movimenti previsti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Assunzioni	47,1	9,1	<b>32,1</b>
Uscite	5,9	0,0	<b>3,6</b>
Solo <i>turnover</i>	17,6	27,3	<b>21,4</b>
Nessuna variazione	11,8	36,4	<b>21,4</b>
Non sa / Dipende	17,6	27,3	<b>21,4</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(17)</i>	<i>(11)</i>	<i>(28)</i>

**Tabella 3.36** *Distribuzione percentuale delle imprese intenzionate ad investire o meno, per tipo di movimenti previsti all'interno dell'organico nei prossimi due anni.*

	<b>Intenzionate a investire / Hanno già investito</b>	<b>Non intenzionate / Non sanno</b>	<b>Totale</b>
<b>Solo assunzioni</b>	30,0	33,3	<b>32,1</b>
<b>Solo uscite</b>	0,0	5,6	<b>3,6</b>
<b>Turnover</b>	60,0	33,3	<b>42,9</b>
<b>Non sa</b>	10,0	27,8	<b>21,4</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(10)</i>	<i>(18)</i>	<i>(28)</i>

### 3.2.4 Le agenzie per il lavoro padovane: le professioni

Nonostante che buona parte delle filiali intervistate abbiano organizzato il proprio personale all'interno di un'unica area funzionale, si può dire che, in generale, l'organico di queste agenzie si distribuisce all'interno delle seguenti aree:

- Amministrazione,
- Selezione del personale,
- Gestione,
- Commerciale.

Essendo il numero medio degli addetti di queste filiali piuttosto basso, intorno ai 3 elementi, in genere si trovano una, o al massimo due figure professionali per ogni area:

- nell'area amministrativa opera il Responsabile dell'amministrazione;
- nell'area commerciale si trovano generalmente il Responsabile di filiale detto anche Direttore di filiale ed il Responsabile commerciale o *Account* commerciale; si sottolinea che molto spesso le figure del Responsabile di filiale e del Responsabile commerciale coincidono;
- nell'area di Selezione del personale sono stati individuati il Responsabile di selezione, detto anche in alcuni casi Assistente di filiale

o Gestore delle Risorse Umane e l'Addetto al reclutamento e alla selezione o *Front Office*;

- nell'area di Gestione è stato individuato l'Addetto al controllo di gestione.

La ripartizione delle figure professionali individuate durante le interviste, all'interno delle aree funzionali appena menzionate, è schematizzata nella tabella 3.37.

**Tabella 3.37** *Ripartizione delle figure professionali individuate durante le interviste per area funzionale.*

<b>Area funzionale</b>	<b>Figure professionali individuate</b>
Amministrazione	Responsabile amministrativo
Selezione del personale	Responsabile di selezione Addetto al reclutamento e alla selezione <sup>49</sup>
Gestione	Addetto al controllo di gestione
Commerciale	Responsabile di filiale Responsabile commerciale <sup>50</sup>

### ***Responsabile amministrativo***

Il Responsabile amministrativo ha il compito di gestire tutte le problematiche amministrative relative al personale temporaneo; è quindi responsabile di tutti gli adempimenti riguardanti la raccolta delle presenze, le assunzioni, le cessazioni, le proroghe, le malattie e gli infortuni, nonché delle paghe e dei contributi.

Deve inoltre gestire tutti le pratiche obbligatori della filiale e curare i rapporti con la Direzione Provinciale del lavoro.

---

<sup>49</sup> Il Responsabile di selezione è chiamato in alcuni casi Assistente di filiale o Gestore delle Risorse Umane e l'Addetto al reclutamento e alla selezione è chiamato anche *Front Office*

<sup>50</sup> Il Responsabile di filiale è chiamato anche Direttore di filiale ed il Responsabile commerciale è chiamato anche *Account* commerciale; si sottolinea che in alcune agenzie interinali le figure del Responsabile di filiale e del Responsabile commerciale coincidono.

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un Diploma di scuola superiore (ragioneria o maturità scientifica) o una Laurea breve (tre anni) in ambito giuridico, economico o umanistico, preferibilmente con una specializzazione nelle Risorse Umane. Bisogna possedere un'ottima conoscenza del pacchetto *Office* e dimestichezza con la navigazione in internet e con la posta elettronica. E' preferibile la conoscenza discreta della lingua inglese ed il possesso di nozioni giuridiche, in particolare in materia di diritto del lavoro.

Dal punto di vista personale deve saper gestire situazioni complesse, possedere qualità di *problem solving*, capacità di sopportare lo stress, attitudine al lavoro di gruppo, flessibilità, dinamicità, ottime capacità di organizzare il proprio lavoro, ottime doti comunicative.

Questa figura non è tra quelle più comuni all'interno di un'agenzia per il lavoro, probabilmente perché le mansioni ad essa assegnate, vengono svolte, nella stragrande maggioranza dei casi, dalle figure dell'area di Selezione, che oltre a selezionare i candidati piazzandoli nell'azienda richiedente, si occupano anche di curare tutte le pratiche di tipo amministrativo legate a quel candidato.

### ***Responsabile di filiale / Direttore di filiale***

Questa figura è Responsabile del raggiungimento degli obiettivi aziendali e delle attività svolte nel territorio. Ha il compito perciò di gestire il personale della filiale e coordinarne le attività, verificare che gli obiettivi prefissati vengano raggiunti e, in caso contrario, ipotizzarne le cause ed i possibili rimedi.

E' suo compito inoltre curare la crescita commerciale della filiale: si occupa quindi di contattare i clienti *partner* e le istituzioni nella zona di pertinenza e di far conoscere i servizi erogati sul territorio. E' quindi uno specialista della vendita in grado di argomentare efficacemente i vantaggi dei servizi offerti dall'agenzia, costruendo all'occorrenza offerte personalizzate in base alle esigenze di flessibilità dell'azienda – cliente. Egli opera presso il mercato dei clienti potenziali ed acquisiti, coordinando per obiettivi il personale operativo della filiale.

In alcuni casi si occupa del controllo di gestione della filiale dal punto di vista amministrativo – contabile e della supervisione della gestione amministrativa del personale temporaneo.

Per quanto riguarda la selezione del personale, in genere questa figura svolge colloqui di selezione per profili medio – alti.

Per svolgere questa professione è necessario possedere una Laurea in ambito economico, giuridico o umanistico, preferibilmente con specializzazione nel campo delle Risorse Umane. Bisogna possedere un'ottima conoscenza del pacchetto *Office* e dimestichezza con la navigazione in internet e con la posta elettronica. E' preferibile una buona conoscenza della lingua inglese.

Dal punto di vista tecnico – specialistico sono gradite competenze in diritto del lavoro, la conoscenza della contrattualistica specifica dei vari settori commerciali ed i termini tecnici delle diverse professioni, la conoscenza della struttura del costo del lavoro, l'ottima conoscenza del mercato di riferimento, capacità commerciali e conoscenza delle tecniche di vendita; bisogna possedere inoltre buone capacità di intervista e di selezione del personale.

Dal punto di vista caratteriale, bisogna possedere attitudini manageriali e al *problem solving*, senso di responsabilità e di *leadership*, capacità di resistenza allo stress, capacità di coordinare le attività e gestire i collaboratori all'interno della filiale.

Bisogna possedere inoltre un forte orientamento al servizio, ottime doti comunicative e di negoziazione, disponibilità nei confronti del cliente, gentilezza e cortesia, disponibilità a frequenti spostamenti sul territorio provinciale, flessibilità, predisposizione al lavoro di gruppo e capacità di lavorare secondo obiettivi prefissati.

### ***Responsabile commerciale / Account commerciale***

Si occupa di sviluppare e monitorare il portafoglio clienti; contattare le aziende, effettuare l'analisi dei fabbisogni aziendali e proporre servizi coerenti con le esigenze manifestate dalla clientela. Ha inoltre il compito di assistenza e cura del cliente, sia quello potenziale, sia quello acquisito, fornendo tutte le

informazioni necessarie affinché vengano compresi a fondo tutti i servizi offerti dall'agenzia.

Nella maggior parte dei casi questa figura coincide con quella del Responsabile di filiale, ma talvolta queste due professioni convivono all'interno della stessa agenzia. In questo caso il Responsabile commerciale risponde direttamente al Direttore della succursale ed ha il compito di curare la crescita commerciale dell'agenzia.

Per svolgere questa professione è preferibile possedere una Laurea, anche di primo livello, in materie economiche o giuridiche (Laurea in Economia e Commercio, Scienze Politiche, Giurisprudenza), eventualmente con una specializzazione nell'area delle Risorse Umane.

E' preferibile la conoscenza della lingua inglese, sia scritta che parlata e bisogna possedere un'ottima conoscenza del pacchetto *Office*, specialmente di Word ed *Excel*, nonché una certa dimestichezza con la navigazione in internet e con la posta elettronica.

E' necessario inoltre possedere competenze nell'area legale ed in particolare in materia di diritto del lavoro, nonché una buona cultura generale.

Per quanto riguarda le caratteristiche personali, la persona che vuole svolgere questa professione deve essere dotata di spirito di iniziativa ed intraprendenza, sicurezza di sé e determinazione, ottime doti comunicative, capacità di negoziazione, disponibilità nei confronti del cliente, gentilezza e cortesia. Deve inoltre saper lavorare in team e per obiettivi ed essere disponibile a frequenti spostamenti sul territorio provinciale.

### ***Assistente di filiale***

Ha il compito di selezionare e gestire i lavoratori temporanei. Deve quindi ricercare i candidati effettuando uno *screening* dei *curricula* pervenuti; deve poi reclutare i candidati e selezionarli con colloqui di selezione per individuare le personalità più idonee alla soddisfazione dell'azienda – cliente. Inoltre deve svolgere tutte le attività amministrative legate alla gestione dei lavoratori temporanei (preparare i contratti, registrare le presenze, le assunzioni, le cessazioni, le malattie, gli infortuni, ecc.); deve fornire assistenza

ai lavoratori temporanei prima, durante e dopo la missione. Inoltre, deve coadiuvare il Responsabile di filiale nella cura della parte commerciale dell'agenzia ed in particolare nel reperimento di candidati contattando scuole, associazioni di categoria ed enti vari. In alcune agenzie la persona che svolge queste mansioni viene chiamata anche Responsabile di selezione o Gestore delle Risorse Umane.

Per svolgere questa professione è necessario possedere una Laurea in ambito umanistico, preferibilmente in Psicologia, o in Scienze della Comunicazione. Bisogna conoscere discretamente almeno la lingua inglese, scritta e parlata e possedere una buona dimestichezza con i principali programmi informatici (*Office*, *Browser* per internet, posta elettronica).

Per quanto riguarda le competenze specifiche, deve conoscere le principali tecniche di selezione del personale e saper effettuare un bilancio di competenze dei candidati. Sono preferibili competenze in ambito psicologico ed economico – aziendale.

Dal punto di vista personale deve essere capace di lavorare sotto stress e con ritmo intenso, possedere una naturale propensione ai rapporti interpersonali, senso di responsabilità, professionalità e serietà, capacità di ascoltare e di capire le esigenze delle persone, di lavorare in *team* e per obiettivi.

#### ***Addetto al reclutamento e alla selezione***

Questa figura professionale, chiamata anche *Front Office*, gestisce *in primis* l'accoglienza ed il contatto telefonico con i clienti ed eroga tutte le informazioni necessarie. Si occupa di smistare le telefonate e la posta interna. Contribuisce alla gestione, organizzazione ed archiviazione della corrispondenza cartacea ed elettronica in entrata ed in uscita, utilizzando gli strumenti adeguati.

Si preoccupa di inserire in banca dati il *curriculum vitae* ricevuto dal candidato e svolge una breve intervista indagando le sue preferenze sul tipo di mansioni da svolgere e sulla sua disponibilità per lavoro a tempo pieno o parziale.



Effettua ricerche in banca dati per il reclutamento e colloqui di preselezione ai candidati, preoccupandosi di organizzare i colloqui di selezione presso le aziende clienti. Gestisce inoltre la parte amministrativa e burocratica del processo di assunzione.

In alcuni casi coadiuva il Responsabile commerciale nelle azioni di vendita e promozione dei servizi.

In genere è una figura che ha ottime possibilità di crescita professionale, giacchè, durante la sua missione, ha modo di acquisire *know how* dai diretti superiori, accumulando così una discreta esperienza nell'area delle Risorse Umane ed in particolare nella selezione di personale.

Per svolgere questa professione bisogna possedere una Laurea in ambito umanistico o giuridico, preferibilmente in Psicologia o in Scienze della Comunicazione, con specializzazione in Risorse Umane. Bisogna conoscere discretamente l'inglese e bisogna avere un'ottima conoscenza del pacchetto applicativo *Office*.

Dal punto di vista personale è importante possedere spirito di iniziativa, flessibilità, propensione al cliente, forte orientamento al raggiungimento di obiettivi, capacità di interpretare a fondo le esigenze dei clienti, propensione ai rapporti interpersonali.

### ***Addetto al controllo di gestione***

L'addetto al controllo di gestione si occupa di misurare e valutare l'efficienza nell'impiego delle risorse e l'efficacia gestionale, verificando la realizzazione degli obiettivi programmati. Deve perciò monitorare costantemente i risultati raggiunti e metterli in relazione agli obiettivi prefissati, verificando con sistematicità e precisione la reale efficienza ed efficacia dei piani d'impresa. Effettua quindi l'analisi dei costi (identificazione dei costi diretti e indiretti, ripartizione dei costi indiretti per linea di attività, margine di guadagno dei singoli servizi, controllo dell'incidenza dei costi sul fatturato totale); calcola i ritorni degli investimenti decisi; ipotizza previsioni razionali e raggiungibili sui risultati; definisce obiettivi coordinati e calibrati sulle risorse realmente disponibili; ipotizza metodi per allocare in modo più

efficiente le risorse dell'agenzia; pianifica la crescita economica della filiale. Stende inoltre periodiche reportistiche su stato e andamento economico/finanziario della succursale.

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un diploma di ragioneria, preferibilmente una Laurea in materie economiche con specializzazione in Controllo di gestione. E' consigliabile una buona conoscenza della lingua inglese, mentre è fondamentale possedere un'ottima conoscenza dei principali programmi informatici (soprattutto fogli di calcolo *Excel* ed *Access*).

Per quanto riguarda le competenze tecnico – specialistiche, l'addetto al controllo di gestione deve saper utilizzare autonomamente le metodologie e gli strumenti amministrativi della gestione aziendale; applicare le metodologie e gli strumenti del controllo economico – finanziario; possedere una visione complessiva delle problematiche legate all'utilizzo del sistema di controllo; essere in grado di riconoscere e gestire i fattori critici di successo nelle fasi di progettazione, implementazione e mantenimento di un sistema di controllo di gestione.

Dal punto di vista personale deve essere una persona dalla mentalità aperta e destrutturata, versatile e flessibile. Deve possedere ottime capacità organizzative e di lavoro in *team* e per obiettivi.

## CAPITOLO 4

### Settore: pubblicità e *marketing*

---

#### 4.1 Settore: pubblicità e *marketing*

In questo paragrafo si presentano alcuni dati generali sul settore “pubblicità e *marketing*”, definito, con accordo tra gli enti realizzatori dell’indagine (Paragrafo 1.2), come l’insieme delle attività contrassegnate dai codici ATECO 74.4 (pubblicità) e 74.87.6 (organizzazione di fiere, esposizioni, convegni) (ISTAT, Classificazione delle attività economiche 2002).

Al contrario di quello che si potrebbe pensare in un primo momento quindi, il settore non include la specifica attività del *marketing*<sup>51</sup>, intesa come attività di tipo prevalentemente consulenziale esercitata allo scopo di lanciare con successo un prodotto sul mercato, ma include una serie di attività aziendali che usano gli strumenti messi a disposizione dal *marketing* e si mettono a disposizione dell’attività di *marketing* puntando al raggiungimento del comune

---

<sup>51</sup> Il termine *marketing* viene dal verbo inglese *to market*, che significa lanciare un prodotto sul mercato. Quindi *marketing* vuol dire: “tutto ciò che si deve fare quando si sta lanciando un prodotto sul mercato”. Si potrebbe anche definire il *marketing* come “l’insieme delle attività che un’azienda deve intraprendere al fine di lanciare e mantenere un prodotto o un servizio sul mercato, traendo un profitto da tale operazione” (Dott. A. Guastini, 1969).

obiettivo finale, quello di ottimizzare i risultati di collocazione nel mercato dei prodotti o dei servizi forniti dall'azienda.

La pubblicità, ad esempio, è un mezzo di cui il *marketing* si serve per portare a conoscenza del pubblico di riferimento, clienti e consumatori, il prodotto elaborato; obiettivo primario della pubblicità è dunque pre – vendere il prodotto, cioè convincere i consumatori ad acquistare un articolo prima ancora di averlo visto ed esaminato. La maggior parte delle imprese considera questa funzione così importante da destinarvi somme ingenti e da rivolgersi a speciali agenzie pubblicitarie per sviluppare i propri programmi di pubblicità (dal sito di Corso Euro, Euro informazione per l'impresa<sup>52</sup>).

#### **4.1.1 Pubblicità: cenni storici**

Il termine “pubblicità” in lingua italiana deriva da “pubblico” ed assume quindi il significato di rendere noto ad altri ciò che fino a quel momento non lo era. Il corrispondente termine inglese *advertising*<sup>53</sup> invece privilegia il processo, di natura commerciale, finalizzato al raggiungimento del destinatario del messaggio. Ancora, il termine francese *réclame* (richiamo) mette in evidenza l'aspetto di richiamo ad un'azione insito nel messaggio.

La pubblicità ha, nel suo senso primario, un'origine antica quanto il mercato. Offrire un prodotto mettendo in evidenza le sue qualità è un atto che risale alla notte dei tempi. Come documentano gli scavi di Pompei, l'uso di annunciare con scritte eventi pubblici, spettacoli, gare, fiere, o l'uso di propagandare le magnificenze di un punto di ristoro o di una stazione termale, erano già pienamente affermati in epoca romana.

Nel Medioevo esistevano i cosiddetti banditori che, elogiando a parole un prodotto, davano luogo a una semplice ma efficace forma di

---

<sup>52</sup> Ulteriori informazioni sull'argomento sono reperibili ai seguenti siti internet:  
[http://www.corsoeuro.it/Lez/una\\_definizione\\_di\\_marketing.htm](http://www.corsoeuro.it/Lez/una_definizione_di_marketing.htm),  
[http://www.corsoeuro.it/schede/quello\\_che\\_il\\_marketing\\_non\\_e.htm](http://www.corsoeuro.it/schede/quello_che_il_marketing_non_e.htm)

<sup>53</sup> da *to advertise*: avvertire

pubblicità. La loro funzione era essenzialmente quella di leggere ad alta voce gli avvisi al pubblico; essi, peraltro, venivano impiegati anche dai mercanti per decantare i pregi della propria merce.

La pubblicità - così come la intendiamo noi - nasce con la rivoluzione industriale, quando l'aumento della produzione, la varietà dei prodotti e la concorrenza fra imprese impongono una maggiore informazione degli acquirenti.

Il primo annuncio pubblicitario a mezzo stampa di cui si abbia documentazione risale al 1479 e viene fatto dall'editore inglese W. Caxton per pubblicizzare i propri libri.

Si deve però attendere il 1630 per vedere la nascita di un vero e proprio *servizio pubblicitario*. L'idea è del parigino T. Renaudot che apre un ufficio e fonda una gazzetta per raccogliere e pubblicare annunci pubblicitari a pagamento.

L'esempio viene seguito vent'anni dopo in Inghilterra, dove esce, con finalità analoghe, il *Mercurius politicus*. Da allora i fogli contenenti annunci pubblicitari si sono diffusi in tutto il mondo, andando di pari passo con la produzione massificata di merci industriali.

La pubblicità trova nella seconda metà dell'Ottocento due grandi canali di comunicazione: i *quotidiani*, dove appaiono sempre più frequentemente le inserzioni pubblicitarie, ed i *manifesti*, dove si mescolano l'immagine, la parola, il colore. Questi manifesti spesso erano firmati da artisti di valore, fra cui Toulouse - Lautrec (uno dei primi pittori a intuire l'importanza del nuovo genere artistico), De Chirico, i Futuristi ecc..

Verso la fine del XIX secolo ha avuto inizio una nuova era nella storia della pubblicità: se prima i prodotti di uso domestico come zucchero, sapone, riso, melassa, burro, latte, fagioli e dolci venivano venduti a peso prelevandoli da ampi recipienti, nel 1880 i produttori americani di sapone introdussero sul mercato prodotti confezionati in pacchetti e con un proprio marchio. Questa innovazione, estesa ben presto a una vasta gamma di prodotti alimentari e sanitari di largo consumo, consentì ai produttori di

venderli e pubblicizzarli con il proprio marchio, ampliando fortemente il campo d'azione della pubblicità.

Dopo la prima guerra mondiale, stimolata dal grande progresso tecnico, la pubblicità si è trasformata in un'industria di dimensioni gigantesche. L'invenzione dell'elettricità ha consentito di utilizzare le insegne luminose; la fotoincisione e altre moderne tecniche di stampa hanno sensibilmente accresciuto le sezioni pubblicitaria e redazionale dei giornali. La pubblicità come mezzo di comunicazione ha cominciato a diffondersi sempre più tra gli esperti di pubbliche relazioni. L'avvento della radio, negli anni Venti, ha dato impulso alla creazione di tecniche di vendita che si basano sulla viva voce, inoltre, negli stessi anni, la pubblicità si avvia a operare secondo regole scientifiche, tanto che nel 1925 Daniel Stach pubblica il primo trattato di tecnica pubblicitaria, in cui vengono fissate le cinque regole fondamentali di ogni messaggio pubblicitario:

1. essere **visto**, perciò bisogna conferirgli la necessaria attrattiva;
2. essere **letto**, perché molti annunci sono guardati, ma non osservati;
3. essere **creduto**, perché un buon annuncio deve convincere l'acquirente della veridicità di quanto promette;
4. essere **ricordato**;
5. essere capace di spingere il compratore ad agire, cioè ad **acquistare** un determinato prodotto.

La più grande innovazione del dopoguerra è stata la televisione, mezzo che ha spronato l'industria pubblicitaria a perfezionare le proprie tecniche con l'uso sincrono di immagini e voce.

Il vero concetto di *spot* o *short* televisivo appare nel 1953, in America, quando il presidente della Nbc, Pat Weaver, avanza la proposta di una pubblicità televisiva simile a quella già praticata su giornali e riviste.

Nel 1990 è cominciata la proliferazione dei videoregistratori e dei telecomandi, vera minaccia per i pubblicitari, in quanto consentono di evitare, con estrema facilità, gli spot trasmessi. I pubblicitari hanno reagito cambiando le proprie tattiche o, ove possibile, prediligendo le sponsorizzazioni; in compenso, però, un nuovo canale pubblicitario si è

aperto con la diffusione sempre più ampia di Internet e di altre reti di computer. (Dal sito del CRIAD, Centro di Ricerche e Studi per l'Informatica applicata alla Didattica<sup>54</sup>)

#### **4.1.2 Pubblicità: riferimenti legislativi**

Qualsiasi attività di promozione pubblicitaria è normata dal Codice dell'Autodisciplina Pubblicitaria Italiana, la cui 35<sup>a</sup> edizione è in vigore dal 28 Luglio 2003 e reca le modifiche apportate all'art. 11 dal Consiglio Direttivo dell'IAP<sup>55</sup> del 18 maggio 2004 e le modifiche apportate agli articoli 32 e 36 dal Consiglio Direttivo dell'IAP del 27 aprile 2004.

Il Codice di autodisciplina pubblicitaria ha lo scopo di assicurare che la pubblicità, nello svolgimento del suo ruolo particolarmente utile nel processo economico, anche come mezzo di competizione tra concorrenti, venga realizzata come servizio per il pubblico, con speciale riguardo alla sua influenza sul consumatore. Il Codice assicura quindi che la pubblicità sia veritiera e corretta.

Il Codice di autodisciplina è vincolante per aziende che investono in pubblicità, agenzie, consulenti pubblicitari, mezzi di diffusione della

---

<sup>54</sup> Ulteriori informazioni sull'argomento sono reperibili al sito internet: <http://www.criad.unibo.it/galarico/ATUALITY/spot/storia.htm>

<sup>55</sup> IAP, l'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria, deve la sua notorietà soprattutto all'attività "giudicante" posta in essere dai Giuristi e dal Comitato di Controllo, notorietà che si è meritata nel tempo acquisendo considerazione e visibilità nei confronti tanto degli operatori del settore quanto del grande pubblico. Un altro importante settore dell'attività dell'Istituto si è sviluppato nella direzione dei "servizi" offerti agli operatori raggiungendo risultati di tutto rilievo. Questi servizi coprono due diversi settori: pareri preventivi che, su mandato del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria (art. 32), il Comitato di Controllo esprime, a richiesta della parte interessata, circa la conformità alle norme del Codice che tutelano l'interesse del consumatore, della pubblicità sottopostagli in forma definitiva ma non ancora diffusa. Tutela delle creazioni pubblicitarie, una consistente attività di salvaguardia, tale da costituire un efficace deterrente a scorrettezze in questo campo.

pubblicità, le loro concessionarie e per tutti coloro che lo abbiano accettato direttamente o tramite la propria associazione, ovvero mediante la sottoscrizione di un contratto di pubblicità.

Agli effetti del Codice di autodisciplina il termine “*pubblicità*” comprende ogni comunicazione, anche istituzionale, diretta a promuovere la vendita di beni o servizi quali che siano i mezzi utilizzati, nonché le forme di comunicazione disciplinate dal titolo VI.

Il termine “*prodotto*” comprende qualsiasi oggetto della comunicazione pubblicitaria e si intende perciò esteso anche al servizio, metodo, trattamento e simili.

Il termine “*messaggio*” comprende qualsiasi forma di presentazione al pubblico del prodotto e si intende perciò esteso anche all’imballaggio, alla confezione e simili.

Il termine “*consumatore*” comprende ogni persona cui è indirizzato il messaggio pubblicitario o che sia suscettibile di riceverlo.

Nel Codice dell’Autodisciplina Pubblicitaria Italiana vengono descritte regole di comportamento (Titolo I), norme particolari riguardanti sistemi di vendita e settori merceologici (Titolo II), organi e competenze dell’IAP (Titolo III), norme procedurali e sanzioni (Titolo IV), tutela delle creazioni pubblicitarie (Titolo V), norme comportamentali riguardanti la pubblicità sociale (Titolo VI). (Dal sito internet dell’IAP, Istituto dell’Autodisciplina Pubblicitaria<sup>56</sup>)

### **4.1.3 Trent’anni di statistiche sull’attività di promozione pubblicitaria**

In questo paragrafo vengono rappresentati alcuni risultati statistici, utili allo studio sui servizi alle imprese, derivati da indagini correnti effettuate

---

<sup>56</sup> Per ulteriori informazioni è consultabile il sito: <http://www.iap.it/it/codice.htm>



dall'ISTAT sulle imprese del nostro Paese ed in modo particolare dal *Censimento dell'industria e dei servizi*.

Nella tabella 4.1 è presentato il numero di unità locali ed addetti impegnati nell'attività di pubblicità in Italia dal 1971 al 2001. I numeri sono relativi alle diverse ripartizioni geografiche del Paese.

**Tabella 4.1** *Numero di unità locali e addetti del settore pubblicitario in Italia dal 1971 al 2001.*

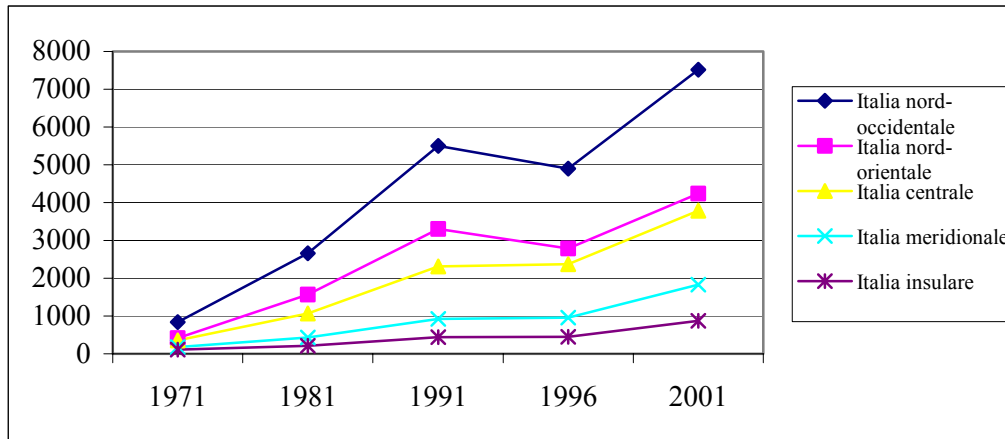
Ripartizione geografica		Anni				
		1971	1981	1991	1996	2001
Italia nord-occidentale	<i>Unità locali</i>	839	2.658	5.496	4.899	7.520
	<i>Addetti</i>	6.240	12.256	22.203	16.329	26.954
Italia nord-orientale	<i>Unità locali</i>	415	1.572	3.306	2.792	4.234
	<i>Addetti</i>	1.390	3.963	8.252	6.478	10.978
Italia centrale	<i>Unità locali</i>	354	1.064	2.314	2.376	3.792
	<i>Addetti</i>	1.527	3.537	6.471	5.222	8.442
Italia meridionale	<i>Unità locali</i>	176	431	921	958	1.834
	<i>Addetti</i>	471	1.219	2.644	2.016	3.907
Italia insulare	<i>Unità locali</i>	110	214	441	450	869
	<i>Addetti</i>	325	744	1.186	855	1.964
<b>Italia</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>1.894</b>	<b>5.939</b>	<b>12.478</b>	<b>11.475</b>	<b>18.249</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>9.953</b>	<b>21.719</b>	<b>40.756</b>	<b>30.900</b>	<b>52.245</b>
	<b><i>Media addetti</i></b>	<b>5,3</b>	<b>3,7</b>	<b>3,3</b>	<b>2,7</b>	<b>2,9</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1971 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

Dal 1971 al 2001 si nota un andamento generale di crescita in tutte le ripartizioni geografiche del Paese, sia nel numero di unità locali che nel numero di addetti (Tabella 4.1). L'Italia nord – occidentale mantiene in tutti gli anni considerati una posizione primaria sia nel numero di unità locali che nel numero di addetti; nel 2001 le sole regioni nord – occidentali hanno registrato un numero di unità locali pari al 41% circa del numero totale di unità locali presenti in Italia ed un numero di addetti pari al 51% circa. Dal 1971, inoltre, le unità locali sono aumentate di quasi nove volte e gli addetti sono aumentati

all'incirca del 430%. Le unità locali sono costituite da una media di addetti che decresce nel tempo, infatti passa da 5,3 addetti nel 1971 a 3 addetti nel 2001.

**Grafico 4.1** *Distribuzione delle unità locali del settore pubblicitario in Italia dal 1971 al 2001.*



Si distinguono poi le regioni del Nord – est la cui quota di unità locali nel 2001 era pari al 23% del totale nazionale, mentre la quota di addetti risultava pari al 21%. Dal 1971 al 2001 il numero di unità locali è aumentato di dieci volte e quello degli addetti è aumentato di quasi 8 volte.

Per focalizzare l'analisi sul Veneto e sulla sua posizione ricoperta all'interno dell'Italia nord – orientale, si rappresentano il numero di unità locali e di addetti registrati nelle regioni del Nord – Est dal 1971 al 2001 (Tabella 4.2). Si nota la preponderanza dell'Emilia Romagna, seguita dal Veneto, mentre Friuli e Trentino registrano valori nettamente più bassi rispetto alle prime due. Nel 2001 ad esempio, il Trentino contava un numero di unità locali e di addetti pari al 7% del totale del Nord – Est. Nello stesso anno il Veneto registrava il 39% delle unità locali e degli addetti, mentre l'Emilia ha registrato il 44% circa delle unità locali del Nord – Est ed il 42% degli addetti.

Per quanto riguarda gli aumenti registrati in Veneto, le unità locali sono aumentate di oltre 13 volte, passando da 122 nel 1971 a 1.635 nel 2001; il numero di addetti invece è aumentato di circa 8 volte, passando da 514 del 1971 a 4.327 del 2001. L'andamento della crescita, misurato sulle unità locali, ha avuto un balzo notevole tra il 1981 e il 1991 con un aumento pari a 1.754

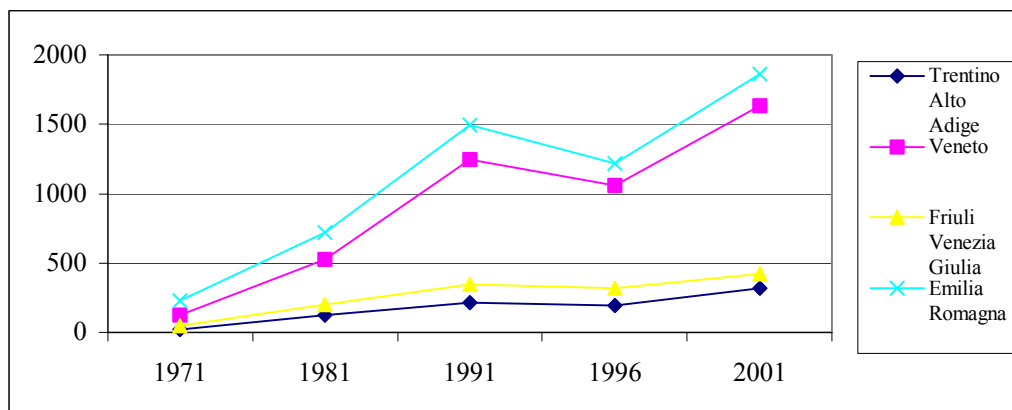
unità; in sostanza le unità locali del Veneto si sono più che raddoppiate in soli dieci anni. Negli ultimi dieci anni inoltre, dal 1991 al 2001 l'aumento nelle unità locali del Veneto è stato di 387 unità, cioè del 37% circa; ciò dimostra quindi una globale tendenza alla crescita del settore, che non dà ancora segni di arresto, ma sembra stia attraversando una fase di rallentamento.

**Tabella 4.2** Numero di unità locali e addetti del settore pubblicitario in Italia Nord – orientale dal 1971 al 2001.

Regione		Anni				
		1971	1981	1991	1996	2001
Trentino Alto Adige	<i>Unità locali</i>	19	124	213	196	319
	<i>Addetti</i>	59	301	535	452	755
Veneto	<i>Unità locali</i>	122	526	1.247	1.062	1.635
	<i>Addetti</i>	514	1.386	3.138	2.461	4.327
Friuli Venezia Giulia	<i>Unità locali</i>	47	204	348	319	421
	<i>Addetti</i>	138	420	868	648	1.302
Emilia Romagna	<i>Unità locali</i>	227	718	1.497	1.215	1.859
	<i>Addetti</i>	679	1.856	3.709	2.917	4.594
<b>Italia Nord - orientale</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>415</b>	<b>1.572</b>	<b>3.306</b>	<b>2.792</b>	<b>4.234</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>1.390</b>	<b>3.963</b>	<b>8.252</b>	<b>6.478</b>	<b>10.978</b>
	<b><i>Media addetti</i></b>	<b>3,3</b>	<b>2,5</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1971 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

**Grafico 4.2** Distribuzione delle unità locali del settore pubblicitario nell'Italia nord – orientale dal 1971 al 2001.



La tabella ed il grafico 4.3 mostrano gli andamenti del numero di unità locali e degli addetti nel settore, registrati nelle province del Veneto. Si nota anzitutto il globale andamento di crescita che conferma un settore in costante sviluppo in tutta la regione. Le due province che “trascinano” maggiormente tale andamento sono Treviso e Padova. In particolare si nota un picco elevato raggiunto dal numero delle unità locali di Treviso nel 1991; dal 1971 al 2001 il numero di unità locali in questa provincia è aumentato di circa diciotto volte.

**Tabella 4.3** Numero di unità locali e addetti del settore pubblicitario in Veneto dal 1971 al 2001.

Provincia		Anni				
		1971	1981	1991	1996	2001
Belluno	<i>Unità locali</i>	3	8	23	23	37
	<i>Addetti</i>	5	9	36	45	72
Padova	<i>Unità locali</i>	28	147	273	255	398
	<i>Addetti</i>	136	385	763	598	1.076
Rovigo	<i>Unità locali</i>	8	10	54	27	49
	<i>Addetti</i>	10	15	101	43	85
Treviso	<i>Unità locali</i>	19	100	356	249	350
	<i>Addetti</i>	41	233	803	571	759
Venezia	<i>Unità locali</i>	21	72	142	126	189
	<i>Addetti</i>	98	188	333	234	714
Verona	<i>Unità locali</i>	21	105	206	222	326
	<i>Addetti</i>	94	325	612	576	830
Vicenza	<i>Unità locali</i>	22	84	194	160	286
	<i>Addetti</i>	130	231	492	394	791
<b>Veneto</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>122</b>	<b>526</b>	<b>1.248</b>	<b>1.062</b>	<b>1.635</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>514</b>	<b>1.386</b>	<b>3.140</b>	<b>2.461</b>	<b>4.327</b>
	<b><i>Media addetti</i></b>	<b>4,2</b>	<b>2,6</b>	<b>2,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,6</b>

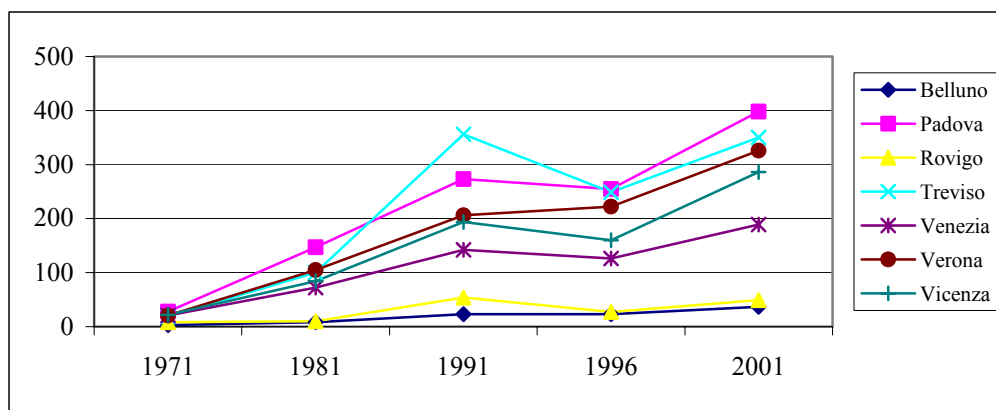
Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1971 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

Per quanto riguarda invece la provincia di Padova, sembra che il generale andamento di crescita sia più costante rispetto a Treviso. Di pari passo

con la crescita del numero di unità locali, sono aumentati anche gli addetti; gli andamenti infatti sono piuttosto simili.

Nel 2001, Padova fa registrare il numero più alto sia di unità locali (398, 14% in più rispetto a Treviso) che di addetti (1.076, 42% in più rispetto a Treviso); nello stesso anno le due quote padovane ricoprono rispettivamente il 24% delle unità locali ed il 25% degli addetti dei totali registrati in Veneto.

**Grafico 4.3** *Distribuzione delle unità locali del settore pubblicitario nelle province del Veneto dal 1971 al 2001.*



#### 4.1.4 Organizzazione di fiere, esposizioni, convegni

Il mondo economico e la società globale si evolvono rapidissimamente. Ogni giorno nascono nuove idee, nuovi prodotti, nuovi settori di mercato. Diventa quindi necessario per le imprese seguire con attenzione questa evoluzione ed assecondare i cambiamenti del mercato sfruttando manifestazioni fortemente specializzate, dedicate a nicchie di mercato, o altamente tecnologiche.

Di fronte a queste esigenze imprenditoriali sempre più marcate, si è andato sviluppando un settore economico altamente specializzato, volto esclusivamente alla creazione, promozione ed esportazione di manifestazioni, luoghi di confronto, di scambio e di conoscenza, con l'obiettivo di offrire al mercato e al pubblico soluzioni moderne, efficaci, distintive e specifiche.

In virtù della rapida crescita di questo settore legata all'evoluzione della domanda di eventi congressuali<sup>57</sup> da parte di diverse categorie di committenti, come università, aziende, sindacati, associazioni e federazioni politiche, religiose, medico - scientifiche e fieristiche, l'offerta si è sviluppata con l'affermarsi di diverse realtà specializzate: centri congressi (cioè enti o aziende che offrono la propria sede, ed i servizi ad essa connessi, per l'organizzazione di un convegno), agenzie di organizzazione congressi, alberghi o ville con impianti e strutture adibiti a questo tipo di eventi. Allo stesso tempo tale comparto è stato ulteriormente spinto dalle stesse strutture ricettive, perché consente di "destagionalizzare" la propria attività, attivando una domanda di servizi turistici anche in bassa stagione.

Sono nate quindi imprese la cui funzione principale consiste nel dedicare tempo, risorse ed energie alla definizione di nuove soluzioni dedicate all'espositore per promuovere il suo *business* e alla definizione di nuovi modelli organizzativi che sappiano trasformare ogni manifestazione in un evento capace di influenzare il mercato, prima, durante e dopo il momento fieristico.

Le imprese che operano nel campo dell'organizzazione di fiere, esposizioni e convegni diventano così un punto di riferimento soprattutto per quelle realtà imprenditoriali inserite in distretti produttivi che possono così usufruire di manifestazioni fieristiche mirate, utilizzando gli spazi messi a disposizione per avere un contatto estremamente ravvicinato con il proprio mercato di riferimento.

L'attività economica denominata "organizzazione di fiere, esposizioni, convegni" viene identificata oggi dal codice ATECO 74.87.6 (ISTAT, Classificazione delle attività economiche, 2002). Le statistiche ufficiali hanno cominciato ad analizzare le imprese che esercitano in questo settore soltanto

---

<sup>57</sup> Esistono molti diversi tipi di eventi congressuali; quelli più noti sono: il Congresso, il *Briefing*, il Seminario, la Tavola Rotonda, il *Workshop*, il *Poster Session*, il Convegno, la Conferenza, il Simposi, il *Meeting*, la *Convention*. Per una breve descrizione di questi eventi congressuali si rimanda al Glossario.

dall'anno 1991. Le tabelle ed i grafici successivi riportano tali dati relativamente all'Italia, al Nord – Est ed al Veneto.

**Tabella 4.4** *Numero di unità locali e addetti all'attività di organizzazione di fiere, esposizioni, convegni in Italia dal 1991 al 2001.*

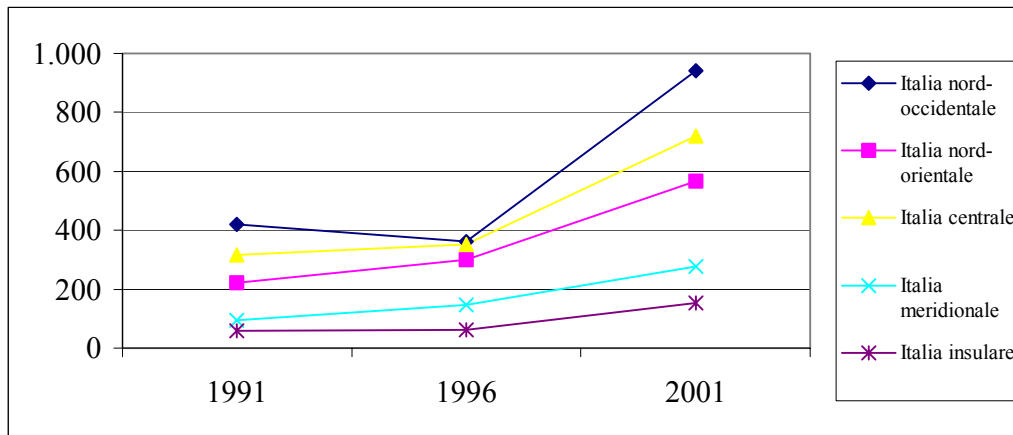
<b>Ripartizione geografica</b>		<b>Anni</b>		
		<b>1991</b>	<b>1996</b>	<b>2001</b>
Italia nord-occidentale	<i>Unità locali</i>	419	361	940
	<i>Addetti</i>	1.716	1.603	3.436
Italia nord-orientale	<i>Unità locali</i>	222	301	566
	<i>Addetti</i>	887	972	2.324
Italia centrale	<i>Unità locali</i>	316	352	720
	<i>Addetti</i>	992	1.190	2.086
Italia meridionale	<i>Unità locali</i>	93	146	276
	<i>Addetti</i>	355	571	1.060
Italia insulare	<i>Unità locali</i>	58	61	152
	<i>Addetti</i>	213	145	380
<b>Italia</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>1.108</b>	<b>1.221</b>	<b>2.654</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>4.163</b>	<b>4.481</b>	<b>9.286</b>
	<b><i>Media addetti</i></b>	<b>3,8</b>	<b>3,7</b>	<b>3,5</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1991 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

Per quanto riguarda l'Italia è evidente un generale andamento di crescita sia nel numero di unità locali che nel numero di addetti (Tabella e Grafico 4.4); l'Italia nord – occidentale fa registrare i numeri più alti (nel 2001 conta il 35% delle unità locali presenti in Italia) ed in soli dieci anni l'aumento è stato pari al 220% nel numero di unità locali, ed al 200% nel numero di addetti.

Degno di nota risulta l'andamento dell'Italia centrale, che segue il Nord – Ovest, contando nel 2001 il 27% del totale nazionale delle unità locali e registrando un aumento del 227% tra il 1991 ed il 2001.

**Grafico 4.4** Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di organizzazione di fiere, esposizioni, convegni in Italia dal 1991 al 2001.



In Italia nord – orientale, l'Emilia Romagna fa registrare i numeri più alti sia di unità locali (nel 2001 erano 278, pari al 49% del totale), che di addetti (nel 2001 erano 1.314, circa il 56% del totale).

**Tabella 4.5** Numero di unità locali e addetti all'attività di organizzazione di fiere, esposizioni, convegni (codice ATECO 74.87.6) in Italia nord – orientale dal 1991 al 2001.

Regione		Anni		
		1991	1996	2001
Trentino Alto Adige	Unità locali	14	10	44
	Addetti	49	31	150
Veneto	Unità locali	67	99	187
	Addetti	398	382	640
Friuli Venezia Giulia	Unità locali	13	38	57
	Addetti	36	86	220
Emilia Romagna	Unità locali	128	154	278
	Addetti	404	473	1.314
<b>Italia nord – orientale</b>	<b>Unità locali</b>	<b>222</b>	<b>301</b>	<b>566</b>
	<b>Addetti</b>	<b>887</b>	<b>972</b>	<b>2.324</b>
	<b>Media addetti</b>	<b>4,0</b>	<b>3,2</b>	<b>4,1</b>

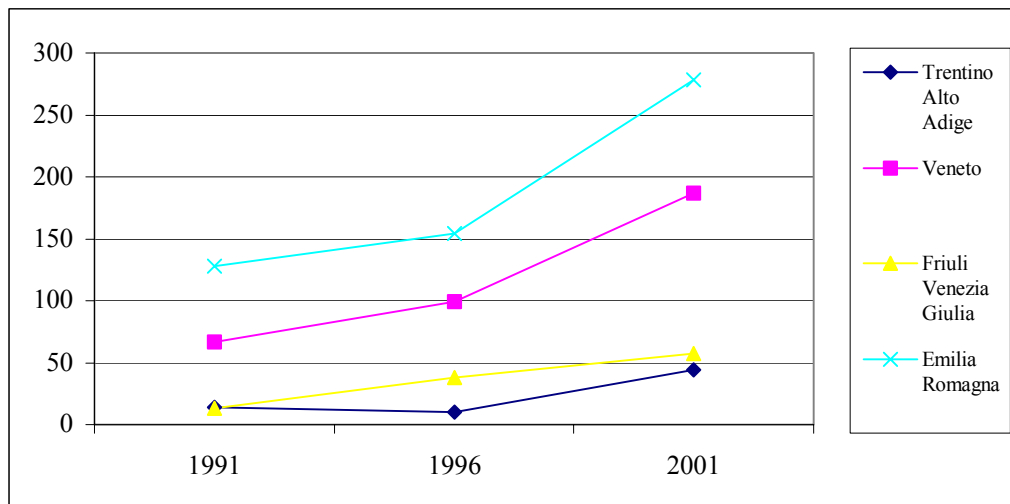
Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1991 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.



Il Veneto si posiziona al secondo posto nel Nord – Est contando nel 2001 187 unità locali e 640 addetti pari rispettivamente al 33% e al 28% del totale nord – orientale. L'aumento nelle unità locali registrato tra il 1991 ed il 2001 è stato del 280%, quindi sembra che la crescita in questa regione sia più rapida che nell'Emilia Romagna, anche se non si dispone di dati sufficienti per poter effettuare ipotesi precise.

L'andamento generale del settore in Veneto è di crescita; le province che più di tutte contribuiscono alla crescita sono Padova, Venezia e Verona (Tabella e Grafico 4.5).

**Grafico 4.5** *Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di organizzazione di fiere, esposizioni, convegni in Italia nord – orientale dal 1991 al 2001.*



Nel 2001 è Padova che registra il numero più alto di unità locali (51, pari al 27% del Veneto) e di addetti (244, pari al 53% del totale), seguita da Venezia (49 unità e 169 addetti pari al 26% del totale regionale).

Il momento di stasi che sembra abbia interessato queste due province tra il 1991 ed il 1996, non ha invece toccato Verona che, nel 1996, ha fatto registrare il numero più alto di unità locali (29, contro le 21 di Padova e le 24 di Venezia).

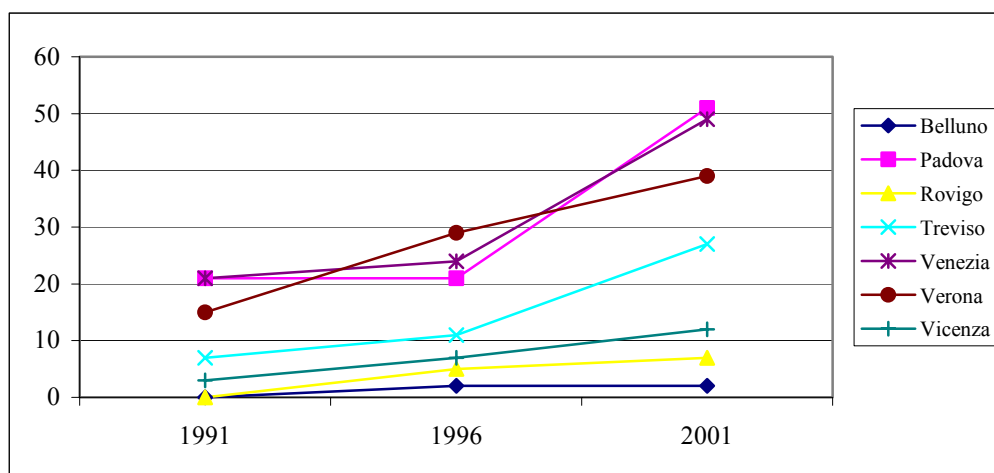
A partire dal 1996, Padova e Venezia registrano un balzo notevole nel numero di unità e di addetti, “lasciando indietro” Verona che prosegue comunque la crescita, ma in modo più lento (Grafico 4.6).

**Tabella 4.6** Numero di unità locali e addetti all'attività di organizzazione di fiere, esposizioni, convegni in Veneto dal 1991 al 2001.

Provincia		Anni		
		1991	1996	2001
Belluno	Unità locali	0	2	2
	Addetti	0	8	9
Padova	Unità locali	21	21	51
	Addetti	163	87	244
Rovigo	Unità locali	0	5	7
	Addetti	0	8	10
Treviso	Unità locali	7	11	27
	Addetti	19	15	62
Venezia	Unità locali	21	24	49
	Addetti	165	95	169
Verona	Unità locali	15	29	39
	Addetti	45	93	116
Vicenza	Unità locali	3	7	12
	Addetti	6	76	30
<b>Veneto</b>	<b>Unità locali</b>	<b>67</b>	<b>99</b>	<b>187</b>
	<b>Addetti</b>	<b>398</b>	<b>382</b>	<b>640</b>
	<b>Media addetti</b>	<b>6,0</b>	<b>3,9</b>	<b>3,4</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1991 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996

**Grafico 4.6** Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di organizzazione di fiere, esposizioni, convegni in Veneto dal 1991 al 2001.



## **4.2 Un'indagine sulle attività di pubblicità e *marketing* nel padovano**

Si presentano ora i risultati dell'indagine condotta interpellando i titolari di agenzie pubblicitarie e di imprese che si occupano di organizzazione di eventi di Padova e provincia.

Le tecniche utilizzate per la raccolta dei dati sono state le interviste faccia a faccia e le interviste telefoniche.

Nei prossimi paragrafi si presentano, separatamente, i risultati ottenuti sulla struttura e l'organizzazione di queste imprese, sul personale impiegato, sull'andamento dell'ultimo anno e sulle previsioni per i prossimi due anni (paragrafo 4.2.1 per le agenzie pubblicitarie, paragrafo 4.2.3 per le imprese che organizzano eventi); si presentano inoltre le descrizioni delle figure professionali individuate all'interno dell'organico di queste imprese, delle rispettive mansioni e competenze (paragrafo 4.2.2 per le agenzie pubblicitarie, paragrafo 4.2.4 per le imprese di organizzazione eventi).

### **4.2.1 Le agenzie pubblicitarie padovane: struttura e dinamica**

Secondo gli elenchi della CCIAA la popolazione totale delle agenzie pubblicitarie di Padova e provincia ammonta a 204 unità.

La lista disponibile è stata adeguatamente "ripulita", cioè sono state eliminate quelle unità che, secondo la descrizione delle attività svolte, risultavano non pertinenti<sup>58</sup> o non raggiungibili per mancanza di recapito

---

<sup>58</sup> Sugli elenchi della CCIAA sono segnalate, oltre ai nominativi e ai recapiti delle aziende, le descrizioni delle attività esercitate da ogni impresa iscritta. A volte, nell'elenco richiesto per codice di attività, sono comprese aziende le cui descrizioni riguardano attività che non sono oggetto di studio. L'errore può essere dovuto a problemi nei filtri del *database* della CCIAA.

postale o telefonico<sup>59</sup>. La lista si è così ridotta a 84 nominativi, dei quali 7 sono stati selezionati per l'intervista faccia a faccia (2 rifiuti sono stati rimpiazzati con altre 2 unità), 47 sono stati selezionati per le interviste telefoniche effettuate dall'Ascom ed i restanti 28 sono stati inseriti nel campione da intervistare telefonicamente dagli altri componenti dell'Ente Bilaterale<sup>60</sup> (Tabella 4.7).

**Tabella 4.7** Informazioni raccolte dall'Ascom Padova presso le agenzie pubblicitarie padovane.

<b>Tecnica di rilevazione</b>	<b>Campione</b>	<b>Unità non pertinenti</b>	<b>Rifiuti</b>	<b>Rimpiazzati</b>	<b>Interviste concluse</b>
Faccia a faccia	7	0	2	2	7
Telefoniche	47	3	11	0	33
<b>Totale</b>	<b>54</b>	<b>3</b>	<b>13</b>	<b>2</b>	<b>40</b>

### *I servizi offerti*

Le agenzie pubblicitarie padovane intervistate, svolgono per lo più servizi di:

- creazione e coordinamento di campagne pubblicitarie,
- cartellonistica pubblicitaria, stradale e non,
- gestione di spazi radio e tv del veneto e del nord – est,
- consulenze e strategie di comunicazione,
- ricerche di mercato,
- realizzazione *stand* per fiere ed eventi,
- progettazione impianti segnaletici pubblicitari e di arredo urbano,

<sup>59</sup> Nel caso in cui l'elenco della CCIAA non riportasse recapiti telefonici, è stata effettuata una ricerca in internet e sulle Pagine Gialle per trovarli. In alcuni casi ciò non è stato possibile, probabilmente perché alcune aziende si sono trasferite o hanno cessato l'attività.

<sup>60</sup> I sindacati CGIL, CISL, UIL.

- spot radiofonici e televisivi,
- organizzazione di fiere ed eventi.

Di tutti questi servizi, quelli svolti più raramente sono la realizzazione di spot radiofonici e televisivi, infatti le agenzie intervistate si occupano per lo più di pubblicità e comunicazione scritta e grafica in due o tre dimensioni e l'organizzazione di fiere ed eventi, che diventa una diretta conseguenza della realizzazione di stand per queste manifestazioni.

### ***La struttura e l'organizzazione***

La maggior parte delle agenzie pubblicitarie padovane ha cominciato l'attività negli anni Novanta (43,6%) (Tabella 4.8). Tuttavia si nota che una buona parte (20,5%) è sorta prima del 1980; in particolare le imprese che hanno più storia si trovano per lo più nel capoluogo della provincia (31,3% contro il 13% di quelle situate in provincia).

**Tabella 4.8** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per anno di inizio attività.*

<b>Anno di inizio attività</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Prima del 1980	31,3	13,0	<b>20,5</b>
1980 - 1990	12,5	26,1	<b>20,5</b>
1990 - 2000	31,3	52,2	<b>43,6</b>
Dopo il 2000	25,0	8,7	<b>15,4</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(16)</i>	<i>(23)</i>	<i>(39)</i>

Inoltre il 15,4% delle agenzie pubblicitarie padovane è molto giovane, essendo nate dopo il 2000; ciò indica che il settore della comunicazione risulta ancora appetibile per coloro che vogliono iniziare l'attività di promozione pubblicitaria nel territorio patavino.

Dalla tabella 4.9 si può osservare che la maggior parte delle agenzie pubblicitarie di Padova e provincia sono strutturate in un'unica sede o unità locale (82,5%), mentre il restante 17,5%, costituito per lo più dalle aziende più anziane situate nel capoluogo, possiede altre filiali nel territorio regionale e della Penisola.

**Tabella 4.9** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di più di una unità locale o filiale nel territorio italiano.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha più di una unità locale	25,0	12,5	<b>17,5</b>
Ha solo una unità locale	75,0	87,5	<b>82,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
(n)	(16)	(24)	(40)

Per quanto riguarda la certificazione di qualità, il 60% delle agenzie pubblicitarie intervistate ha dichiarato che la certificazione non è rilevante (Tabella 4.10). Infatti, hanno spiegato gli intervistati, la certificazione richiederebbe una standardizzazione delle procedure interne troppo rigorosa, portando ad un “irrigidimento” dei processi di produzione del servizio impensabile per un settore come quello pubblicitario, in cui tanto viene basato sull’ispirazione e sulla creatività. Per controllare quella parte del lavoro che potrebbe essere uniformata a procedure *standard*, alcune delle imprese intervistate hanno impostato dei programmi informatici *ad hoc* che, sfruttando il monitoraggio continuo degli errori, impostano dei filtri di correzione automatica, permettendo così di valutare la qualità interna dell’agenzia.

Considerando invece le imprese che sono già certificate o sono in via di certificazione o hanno in programma la certificazione, risulta che il 20% delle agenzie pubblicitarie padovane è interessato a certificare la qualità dei propri processi di produzione. I motivi di tale interessamento sono riconducibili al desiderio di dare un’immagine di serietà all’impresa, non solo di fronte alla clientela, ma anche ai dipendenti interni.

**Tabella 4.10** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per situazione attuale rispetto alla certificazione.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Già certificata	6,3	4,2	<b>5,0</b>
In via di certificazione	0,0	4,2	<b>2,5</b>
La cert. è in programma	6,3	16,7	<b>12,5</b>
La cert. non è rilevante	75,0	50,0	<b>60,0</b>
Non è certificata	12,5	20,8	<b>17,5</b>
Non sa	0,0	4,2	<b>2,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(16)</i>	<i>(24)</i>	<i>(40)</i>

La maggior parte delle agenzie pubblicitarie padovane non è iscritta ad associazioni di categoria (62,5%) (Tabella 4.11); il 30% è iscritto ad associazioni come Unicom (Unione Nazionale Imprese di Comunicazione), UPA (Unione Provinciale Artigiani), Unindustria, Ascom (Associazione Commercianti)<sup>61</sup>.

**Tabella 4.11** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per iscrizione ad associazioni di categoria.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
E' iscritta	37,5	25,0	<b>30,0</b>
Non è iscritta	56,3	66,7	<b>62,5</b>
Non sa	6,3	8,3	<b>7,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(16)</i>	<i>(24)</i>	<i>(40)</i>

Più della metà delle agenzie pubblicitarie padovane possiede un sito internet (57,5%), mentre il 17,5% lo sta realizzando (Tabella 4.12).

<sup>61</sup> Per maggiori informazioni sulle associazioni di categoria menzionate, si rimanda al Glossario di pag. 267.

Il sito viene utilizzato soprattutto come vetrina informativa e pubblicitaria sui servizi svolti, ma serve anche a scopo interattivo perché offre la possibilità a un visitatore di richiedere gratuitamente preventivi, inserire i propri dati aziendali per essere poi contattati, accedere tramite *password* per visualizzare preventivi ed eventuali soluzioni dimostrative proposte dal gruppo creativo.

**Tabella 4.12** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di un sito internet.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha un sito internet	62,5	54,2	<b>57,5</b>
Non ha un sito internet	18,8	29,2	<b>25,0</b>
Il sito è in via di realizzazione	18,8	16,7	<b>17,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(16)</i>	<i>(24)</i>	<i>(40)</i>

### ***Il personale***

Le agenzie pubblicitarie padovane sono costituite da una media di 4 addetti; le agenzie situate nel comune di Padova risultano mediamente più grandi di quelle ubicate nel territorio circostante, infatti hanno un numero medio di addetti doppio rispetto a queste ultime (6,4 addetti delle aziende del comune, contro 3 addetti delle aziende della provincia) (Tabella 4.13).

**Tabella 4.13** *Numero medio di addetti e percentuale di famigliari sul totale degli addetti impiegati nelle imprese intervistate di Padova e Provincia.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Addetti per unità locale	6,4	3,0	4,4
Percentuale dei famigliari coadiuvanti	4,9	25,4	<b>13,2</b>



Per quanto riguarda i familiari coadiuvanti impiegati in queste imprese, sono più frequenti in provincia (il 25,4% degli addetti è costituito da familiari coadiuvanti), dato che le aziende di provincia sono mediamente più piccole e quindi più spesso a carattere familiare.

Quasi il 70% degli addetti delle agenzie pubblicitarie padovane è assunto con contratto a tempo indeterminato; segue un 20% circa di persone assunte con contratti atipici (Co. Co. Co., a progetto, ecc.), il 7% a tempo determinato, ed il 7% *part – time* (Tabella 4.14). La percentuale più alta di addetti a tempo indeterminato è stata registrata nelle imprese di provincia, ma questo è comprensibile dato il loro carattere per lo più familiare.

**Tabella 4.14** *Distribuzione percentuale degli addetti delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di contratto di assunzione.*

<b>Tipo di contratto</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
A tempo indeterminato	61,2	80,3	<b>69,0</b>
A tempo determinato	4,9	9,9	<b>6,9</b>
<i>Part -time</i>	6,8	7,0	<b>6,9</b>
Apprendistato/Di formazione lavoro	3,9	5,6	<b>4,6</b>
Lavoro temporaneo	0,0	1,4	<b>0,6</b>
Atipico (co. co. co, a progetto, ecc..)	28,2	7,0	<b>19,5</b>

### ***L'andamento delle imprese nell'ultimo anno***

L'andamento dell'ultimo anno sembra piuttosto positivo per le agenzie pubblicitarie padovane; nonostante che il 20% di esse abbia dichiarato di aver mancato qualcuno degli obiettivi prefissati, il 70% ritiene di aver raggiunto i risultati desiderati ed il 10% ha fatto addirittura meglio del previsto (Tabella 4.15).

L'andamento dell'ultimo anno viene confermato anche dai movimenti avvenuti nell'organico di queste aziende (Tabella 4.16); infatti, il 20% ha effettuato delle assunzioni (sono state assunte in media 1,7 persone prevalentemente per Grafici e *Account* pubblicitari), il 10% ha visto delle riduzioni di personale ed il restante 70% ha registrato movimenti di normale *turnover* o nessuna particolare variazione nel proprio personale.

**Tabella 4.15** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia secondo che abbiano raggiunto gli obiettivi attesi nei 12 mesi precedenti l'intervista.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Meglio del previsto	0,0	16,7	<b>10,0</b>
Risultati desiderati all'incirca	87,5	58,3	<b>70,0</b>
Mancato vari obiettivi	12,5	25,0	<b>20,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(16)</i>	<i>(24)</i>	<i>(40)</i>

**Tabella 4.16** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti avvenuti all'interno dell'organico durante i 12 mesi precedenti l'intervista.*

<b>Movimenti avvenuti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Uscite	18,8	4,2	<b>10,0</b>
Assunzioni	25,0	16,7	<b>20,0</b>
Entrambe	6,3	4,2	<b>5,0</b>
Solo <i>turnover</i>	12,5	0,0	<b>5,0</b>
Nessuna variazione	37,5	75,0	<b>60,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(16)</i>	<i>(24)</i>	<i>(40)</i>

### *Le prospettive per il futuro*

Per quanto riguarda il futuro, il 27,5% delle agenzie intervistate prevede di effettuare degli investimenti nella ristrutturazione o nell'acquisizione di nuovi locali, il 50% non li prevede ed il resto o ritiene di aver già investito a sufficienza oppure non sa ancora fare una previsione a questo riguardo (Tabella 4.17).

**Tabella 4.17** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per investimenti nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Intenzionati ad investire	37,5	20,8	<b>27,5</b>
Non intenzionati ad investire	43,8	54,2	<b>50,0</b>
Hanno già investito a sufficienza	0,0	8,3	<b>5,0</b>
Non sa / Dipende	18,8	16,7	<b>17,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(16)</i>	<i>(24)</i>	<i>(40)</i>

**Tabella 4.18** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti previsti all'interno dell'organico nei prossimi 2 anni.*

<b>Movimenti previsti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Assunzioni	43,8	25,0	<b>32,5</b>
Uscite	0,0	4,2	<b>2,5</b>
Solo <i>turnover</i>	12,5	0,0	<b>5,0</b>
Nessuna variazione	25,0	54,2	<b>42,5</b>
Non sa / Dipende	18,8	16,7	<b>17,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(16)</i>	<i>(24)</i>	<i>(40)</i>

In generale comunque le prospettive sono piuttosto rosee, in quanto ben il 32,5% delle imprese prevede di effettuare delle assunzioni di nuovo personale entro sei mesi o al massimo due anni (Tabella 4.18). il 17,5% non sa e solo il

2,5% prevede delle riduzioni di personale. Per quanto riguarda le imprese intenzionate ad assumere, si prevede in media un'entrata di 1,8 persone, da impiegare nell'area creativa come Grafici e nell'area commerciale come *Account*.

Delle imprese che sono intenzionate ad investire, o che hanno già investito a sufficienza, il 53,8% prevede di effettuare anche assunzioni di nuovo personale, mentre il restante 46,2% prevede movimenti di normale turnover (Tabella 4.19). Si nota che anche una buona parte delle imprese non intenzionate ad investire sono comunque intenzionate ad assumere (22,3) e che le uniche imprese che prevedono una diminuzione di personale sono anche quelle non intenzionate ad investire.

**Tabella 4.19** *Distribuzione percentuale delle imprese intenzionate ad investire o meno, per tipo di movimenti previsti all'interno dell'organico nei prossimi due anni.*

	<b>Intenzionate a investire / Hanno già investito</b>	<b>Non intenzionate / Non sanno</b>	<b>Totale</b>
<b>Solo assunzioni</b>	53,8	22,3	<b>32,5</b>
<b>Solo uscite</b>	0,0	3,7	<b>2,5</b>
<b>Turnover</b>	46,2	48,1	<b>47,5</b>
<b>Non sa</b>	0,0	25,9	<b>17,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(13)</i>	<i>(27)</i>	<i>(40)</i>

#### **4.2.2 Le agenzie pubblicitarie padovane: le professioni**

L'agenzia pubblicitaria è composta da un gruppo di professionisti della comunicazione il cui compito è quello di ideare, progettare e realizzare la promozione commerciale di prodotti o di servizi, su commissione di aziende private produttrici o di enti di varia natura.

Il personale delle agenzie pubblicitarie intervistate è organizzato per lo più in aree funzionali:

- la Direzione,

- l'Amministrazione,
- l'area commerciale o Servizio Account,
- l'area Produzione e Diffusione del Servizio.

Tuttavia, nelle agenzie di dimensioni inferiori (in genere con meno di dieci addetti), il personale svolge le proprie mansioni all'interno di un'area unica.

Nelle agenzie di medie e di grandi dimensioni si possono distinguere quattro reparti o aree funzionali all'interno dei quali vengono svolte differenti mansioni. Le figure professionali individuate in ciascuna area funzionale sono schematizzate nella tabella 4.20.

**Tabella 4.20** *Ripartizione delle figure professionali individuate durante le interviste per area funzionale.*

<b>Area funzionale</b>	<b>Figure professionali individuate</b>
Direzione	Titolare o Direttore
Amministrazione	Responsabile amministrativo Impiegato amministrativo Impiegato generico / Segretario
Servizio <i>Account</i>	Responsabile commerciale <i>Account</i> Analista / Addetto <i>marketing</i>
Produzione e diffusione	Responsabile / Direttore creativo <i>Art Director</i> <i>Copywriter</i> Grafico <i>Web Designer</i> <i>Media Planner</i>

- La **Direzione** in cui vengono svolte tutte le mansioni legate alla gestione economica e strategica dell'azienda: organizzare e coordinare i diversi reparti, al fine di soddisfare i clienti e aumentare il prestigio e il fatturato dell'agenzia. E' in quest'area che svolge le proprie mansioni il Titolare o Direttore.

### ***Il Titolare / Direttore***

Come nella stragrande maggioranza delle imprese, il titolare (o direttore) svolge mansioni di supervisione e controllo su tutte le attività svolte comunicando con i Responsabili delle diverse aree e di decisione finale in merito a tutte le scelte operabili. Svolge inoltre attività di tipo commerciale, soprattutto con i clienti già acquisiti, e di rappresentanza. Spesso, e soprattutto nelle agenzie di piccola dimensione, il titolare ricopre anche il ruolo di Responsabile amministrativo e, poiché nella maggior parte dei casi è un professionista della comunicazione, ricopre anche il ruolo di Direttore o Responsabile Creativo per la cui descrizione si rimanda al paragrafo 4.2.2.3.

In genere il titolare di un'agenzia di pubblicità possiede un Diploma di Scuola Superiore o una laurea, prevalentemente con indirizzo nell'ambito grafico – artistico (Istituto d'Arte, Liceo Artistico, laurea in Scienze della Comunicazione), oppure con una specializzazione in Comunicazione ; conosce bene l'inglese ed i principali programmi informatici; ha maturato una lunga e consistente esperienza nel campo della comunicazione, dell'amministrazione e nel ramo commerciale.

- **L'Amministrazione**, all'interno della quale vengono svolte tutte le attività riguardanti la gestione contabile dell'impresa e la gestione amministrativa del personale. In quest'area sono stati individuati il Responsabile amministrativo, l'Impiegato amministrativo e l'Impiegato generico o Segretario.

### ***Responsabile amministrativo***

Questa figura ricopre funzioni di supervisione e coordinamento delle varie fasi di lavoro caratteristiche dell'amministrazione. Controlla quindi la contabilità gestita dagli impiegati amministrativi, gestendo e coordinandone le funzioni; si occupa del controllo di gestione, del controllo del bilancio, cura i rapporti con le banche ed i fornitori e si interfaccia con gli studi esterni di consulenza. Collabora inoltre con il titolare e gli altri responsabili di area alla definizione delle scelte amministrative dell'azienda. Ha il compito di rispettare

e far rispettare le scadenze e le conformità alla normativa vigente. Inoltre svolge mansioni di supervisione sulla reportistica effettuata periodicamente dagli impiegati amministrativi.

Nelle imprese di piccole dimensioni quest'area si sovrappone a quella direttiva, per cui in genere il titolare svolge anche il ruolo di Responsabile amministrativo.

E' preferibile che questa figura sia in possesso di una laurea in materie economiche, anche se molte figure, nelle imprese intervistate, possiedono un diploma di tecnico – commerciale o di ragioneria arricchiti da anni di esperienza specifica. Conosce discretamente la lingua inglese e possiede un'ottima conoscenza dei principali *software* applicativi come Giove di Zucchetti e Microsoft Office.

Dal punto di vista personale possiede ottime capacità di lavorare in *team* e per progetti, ottime doti comunicative, professionalità e *leadership*.

### ***Impiegato amministrativo***

E' la figura che si occupa principalmente di seguire e documentare ogni movimento contabile dell'azienda: tenuta della prima nota di cassa, gestione delle operazioni di pagamento, gestione dei libri contabili, adempimenti fiscali e previdenziali. Gestisce inoltre la contabilità dei clienti e dei fornitori; si occupa della fatturazione e della bollettazione, gestisce le linee di credito con le banche, le entrate e le uscite. Si occupa inoltre della redazione periodica di *report* sulla situazione contabile e sui risultati periodici dell'impresa.

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un Diploma di Ragioneria o di Tecnico della gestione aziendale (ex Analista Contabile), ma è preferibile una laurea in Economia e Commercio.

E' necessaria una discreta conoscenza della lingua inglese ed un'ottima conoscenza del pacchetto Office, in particolare di Excel, di Browser per Internet e della posta elettronica.

Dal punto di vista personale bisogna possedere ottime doti organizzative, precisione, serietà, flessibilità, capacità di lavorare in *team* e buona dialettica.

### ***Impiegato / Segretario***

Le sue mansioni sono quelle tipiche della gestione agenda, cioè raccogliere e smistare le telefonate, fissare appuntamenti, occuparsi dell'organizzazione delle riunioni, battere testi e lettere, fare fotocopie, fax, e-mail, occuparsi dello smistamento della posta etc.. Si occupa inoltre di accogliere i clienti e mantenere i contatti, soprattutto telefonici, con loro, facendo da intermediario tra questi ed il titolare, il Responsabile commerciale o il Responsabile creativo.

Con il restringersi del numero di addetti dell'area amministrativa, le mansioni richieste a questa figura in genere aumentano. In alcuni casi infatti può esserle affidata l'elaborazione di buste paga (paghe, contributi, modelli fiscali) e la gestione dell'area contabile/amministrativa (gestione prima nota, contabilità generale, contabilità clienti, fatturazione, bollettazione, predisposizione bilancio di fine anno).

In genere questa persona possiede un diploma di tecnico commerciale o uno di ragioneria anche se non è richiesto esplicitamente il possesso di un particolare titolo di studio.

Conosce discretamente la lingua inglese, sia scritta che parlata ed ha un'ottima conoscenza dei maggiori sistemi applicativi (pacchetto Office, Browser per Internet e posta elettronica).

A livello caratteriale è in possesso di ottime doti di comunicazione, di cortesia e di gentilezza, nonché di buone capacità di trattare con i clienti; la persona che svolge questa professione deve essere inoltre dotata di dinamismo, flessibilità e riservatezza, nonché di ottime capacità organizzative, capacità di lavorare in modo autonomo e cura di sé nel modo di presentarsi.

- L'area **Commerciale** o **Servizio Account**, in cui vengono svolte tutte quelle mansioni legate alla cura dei rapporti con la clientela, alla comprensione ed all'annotazione delle sue esigenze per interpretarle ed esporle al gruppo creativo, verificando che i messaggi pubblicitari realizzati siano in accordo con la strategia comunicativa stabilita. Spesso in quest'area vengono svolte anche funzioni di monitoraggio del portafoglio clienti e delle vendite, al fine di



analizzarne i risultati ed individuare possibili strategie atte ad incrementare l'afflusso di richieste. In questo reparto si distinguono il Responsabile commerciale e l'*Account* (cfr. par. 4.2.2.1). Inoltre, all'interno di questo reparto, vengono prese decisioni di pianificazione, organizzazione, direzione e controllo relative alle linee di prodotto, oltre a quelle inerenti la determinazione dei prezzi, le attività promozionali e la fornitura di servizi. Da un buon lavoro di *marketing* infatti si ricava una corretta impostazione e dei validi obiettivi per creare la campagna pubblicitaria. Per svolgere queste mansioni è utile la figura professionale dell'Analista o Addetto *marketing* (cfr. par. 4.2.2.2).

- L'area **Produzione e Diffusione** all'interno della quale vengono svolte tutte quelle mansioni legate all'ideazione di un annuncio pubblicitario ed alla sua traduzione in testi, filmati ed illustrazioni. In quest'area lavora il cosiddetto gruppo creativo formato in genere dal Responsabile o Direttore creativo, dal *Art Director*, dal *Copywriter*, dal Grafico e dal *Web Designer* (cfr. par. 4.2.2.3). Vengono inoltre svolte le mansioni legate alla diffusione della campagna pubblicitaria. Infatti quando i creativi hanno realizzato manifesti, annunci e spot, insomma quando la campagna pubblicitaria è pronta, bisogna decidere quando, dove e per quanto tempo far apparire le pubblicità. Questo è il compito del *Media planner*: organizzare la distribuzione della pubblicità creata dall'agenzia per il cliente, decidendo con lui quanto spendere e quali mass media scegliere per far vedere e sentire la pubblicità: giornali, riviste, affissioni stradali, televisione, cinema, radio.

#### **4.2.2.1 Le figure professionali del Servizio *Account***

##### ***Account***

L'*Account* si occupa di “tenere i contatti” con l'azienda – cliente; in particolare raccoglie e interpreta le richieste del cliente, ne valuta e, possibilmente, ne anticipa i bisogni. Inoltre utilizza le informazioni provenienti dal cliente (ricerche, dati di *marketing*, piani di sviluppo dei prodotti) insieme a

quelle interne all'Agenzia prodotte dall'area *Marketing* per arrivare alla stesura di un piano di comunicazione preciso, coerente e fattibile.

Per fare tutto questo, l'*Account* deve comunicare costantemente non solo con il reparto *Marketing*, ma anche con il gruppo creativo, diventando così, agli occhi dell'agenzia il rappresentante del cliente e di tutte le sue esigenze, e agli occhi del cliente il responsabile del buon risultato della comunicazione svolta sia dal punto di vista strategico che da quello operativo.

In altre parole l'*Account* non è solo un venditore di prodotti, bensì un esperto di comunicazione in grado, non solo di comunicare con la clientela interpretandone le esigenze, ma anche di progettare la propria strategia di comunicazione, coordinando la collaborazione di tutti sul progetto di comunicazione approvato dal cliente e dalla direzione dell'agenzia e facendo in modo che vengano rispettati i tempi di realizzazione ed i costi (dal sito dell'Accademia di Comunicazione di Milano<sup>62</sup>).

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un diploma di tecnico commerciale o di ragioneria, ma viene largamente preferita la laurea, anche di primo livello, in ambito economico o giuridico, possibilmente con specializzazione nell'area della comunicazione; è preferibile una discreta conoscenza dell'inglese, sia scritto che parlato, mentre è necessaria una conoscenza di base dell'informatica legata a rete e database, nonché una buona conoscenza del pacchetto Office, in particolare dei fogli di calcolo Excel ed Access.

Per quanto riguarda le competenze specifiche, è fondamentale conoscere il mercato di riferimento, tutte le tecniche di comunicazione usate dalla propria agenzia, una buona padronanza delle tecniche promozionali, di pubbliche relazioni, di negoziazione e di *budgeting* (capacità di fare previsioni e di analisi dei clienti) per poter dialogare con i clienti al fine di proporre la migliore combinazione di azioni di comunicazione. Sono inoltre utili conoscenze nell'ambito del *marketing*, della statistica, della psicologia, del diritto commerciale e di storia della comunicazione.

---

<sup>62</sup> Ulteriori informazioni sono reperibili al sito internet: <http://www.hdemia.it/>, [http://www.hdemia.it/docs/brochure\\_trienni.pdf](http://www.hdemia.it/docs/brochure_trienni.pdf)

E' importante che sappia lavorare in *team* e per obiettivi, possedere ottime capacità di organizzazione e di pianificazione del proprio lavoro, essere dinamici, puntuali e disponibili a frequenti spostamenti sul territorio provinciale.

### ***Responsabile commerciale***

Questa figura svolge tutte le mansioni dell'*Account* sopra descritte; il suo ruolo richiede tuttavia maggiori responsabilità, in quanto ha il compito di realizzare le politiche aziendali di vendita dei propri servizi e di coordinare la rete di vendita e di assistenza, coordinando il *team* di *Account* attraverso i quali analizzare la rete distributiva, individuando criticità e punti di miglioramento, nonché i movimenti della concorrenza sul territorio.

In alcuni casi partecipa alla definizione ed alla realizzazione delle strategie di sviluppo commerciale e si occupa di monitorare i risultati commerciali della struttura attraverso adeguati strumenti di controllo su base informatica.

Per svolgere questa professione sono necessarie le stesse caratteristiche richieste per l'*Account*, oltre ovviamente ad un certo numero di anni di esperienza sul campo commerciale. In genere si diventa Responsabili commerciali quando è stata acquisita notevole esperienza nel settore, oltre ad aver affinato doti di *leadership*, autonomia, serietà e professionalità.

### ***Analista / Addetto marketing***

L'*addetto marketing* di un'agenzia lavora in stretto rapporto con i colleghi responsabili del *marketing* nelle aziende dei clienti, e, all'interno dell'agenzia, con gli *Account* ai quali fornisce le informazioni necessarie per discutere le strategie commerciali con i clienti.

Si tratta di una figura professionale in grado di individuare e razionalizzare le esigenze globali di comunicazione dell'azienda – cliente e dei singoli prodotti in relazione agli aspetti del *marketing* e quindi capace di tradurre la strategia generale in obiettivi specifici. Il suo ruolo si basa su

un'approfondita conoscenza del mercato, dei consumatori e delle tecniche di comunicazione.

Per svolgere questa professione è necessario possedere una laurea in ambito economico, con specializzazione o un master specifico nell'area del *marketing*. Sono necessarie conoscenze nell'ambito delle analisi di mercato e di *customer satisfaction*. Bisogna possedere inoltre approfondite conoscenze nel campo della comunicazione.

E' preferibile possedere una buona conoscenza della lingua inglese, mentre sono necessarie ottime competenze informatiche, soprattutto relativamente a programmi di calcolo, gestione e analisi di database.

Dal punto di vista professionale bisogna possedere ottime capacità di elaborazione e di analisi, ottime doti comunicative e capacità di lavorare in gruppo; sono utili inoltre doti di flessibilità, apertura mentale e creatività.

#### **4.2.2.2 Le figure professionali dell'area Produzione e diffusione**

*Copywriter* e *Art Director* costituiscono la coppia creativa dell'agenzia di pubblicità. Insieme inventano e realizzano le campagne pubblicitarie, creando quel messaggio originale che corrisponde alle esigenze di comunicazione dell'azienda – cliente. Le due figure lavorano sulla base di un "*brief*", un documento cioè elaborato dal reparto *Account*, in collaborazione con l'addetto *marketing*, che esprime tutti gli elementi del problema del cliente, di ciò che desidera comunicare, del pubblico a cui si vuole rivolgere e dei mezzi che vuole utilizzare. Entrambi collaborano all'ideazione della campagna desiderata dal cliente, restando ognuno responsabile di una parte del messaggio, quella verbale per il *Copywriter* e quella visiva per l'*Art Director*. Il loro lavoro viene coordinato, affiancato e diretto dal Direttore Creativo (dal sito dell'Accademia di Comunicazione di Milano).

### ***Copywriter***

Il *Copywriter* è responsabile della verbalizzazione creativa della comunicazione. Egli scrive tutti i testi e gli slogan che servono in agenzia per gli annunci, i cataloghi, gli spot: dalla frase “ad effetto” che apre la pagina pubblicitaria con il compito di catturare l’attenzione del lettore, al testo esplicativo di descrizione del prodotto, alla frase conclusiva spesso accoppiata al marchio del prodotto; dal testo del comunicato radiofonico a quello televisivo, alla redazione di testi per cataloghi, depliant, cartelli – vetrina, etc.. Il linguaggio della pubblicità deve esprimere qualsiasi idea con poche parole, chiare ed efficaci.

Un *Copywriter* deve essere originale, spiritoso e non lasciarsi mai sfuggire i tre obiettivi principali della comunicazione: attirare l'attenzione, far ricordare il prodotto e la marca, far vendere il prodotto. Il *Copy* lavora sempre in stretta collaborazione con l'*Art Director*, che cura la parte visiva della campagna, trovando le parole adatte per le immagini giuste (dal sito dell’Accademia di Comunicazione di Milano).

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un diploma di scuola superiore (Liceo classico o artistico), ma sarebbe preferibile una laurea in ambito umanistico (Scienze della Comunicazione, Lettere, Filosofia, Psicologia). Bisogna possedere un’ampia cultura generale, in particolare conoscenze sulle principali tecniche di scrittura, conoscenze di storia, storia dell’arte, produzione radio, attualità politica. La conoscenza dell’inglese è fondamentale, mentre è preferibile quella di una seconda lingua (francese o spagnolo). Bisogna possedere dimestichezza con il PC ed in particolare con la navigazione in Internet, il pacchetto Office e la posta elettronica.

Deve essere estremamente fantasioso, spiritoso, curioso e creativo, possedere ottime doti comunicative e capacità di lavorare in gruppo. Inoltre è necessario che sia predisposto alla cura e all’approfondimento della propria cultura personale, spaziando sul maggior numero di argomenti possibile.

### ***Art Director***

E' il creativo che inventa e disegna i progetti grafici degli annunci, immagina le foto che bisogna realizzare, studia l'impaginazione grafica delle immagini e dei testi. Ha il compito di svolgere un accurato studio del marchio dell'azienda cliente e del suo sistema di identità visiva e, in accordo con questi, produrre, sottoforma di illustrazioni, non solo il messaggio, ma soprattutto l'idea che il cliente gli commissiona. Il suo compito è trovare l'idea giusta e tradurla in un *visual* che colpisca l'occhio e rimanga nella memoria.

Lavora in tandem con il *Copywriter*, che scrive tutti i testi. L'*Art Director* e il *Copy* sono come due facce della stessa medaglia, perché il messaggio pubblicitario funziona quando l'immagine e la parola sono in sintonia (dal sito dell'Accademia di Comunicazione di Milano).

Nel caso in cui l'agenzia non disponga di un Grafico, deve saper adattare il messaggio pubblicitario alle diverse tipologie di veicolazione: manifesti, poster e stampa. Deve essere in grado di sviluppare progetti creativi (ideazione del marchio e dell'immagine coordinata, studio della grafica editoriale, progettazione del packaging, progettazione di campagne pubblicitarie). Si occupa dell'esecuzione di fotocomposizioni, sviluppo pellicole, stampa digitale, fotografia digitale, ritocco foto.

Per svolgere questa professione bisogna possedere almeno un diploma di scuola superiore nell'ambito grafico – artistico (tecnico della grafica pubblicitaria, Liceo Artistico, Accademia delle Belle Arti, Istituto d'Arte) possibilmente con specializzazione nell'ambito della comunicazione.

Bisogna avere ottime competenze in teoria e tecnica della progettazione grafica ed in tecniche di stampa. Idee creative, grande coerenza, ma anche forti competenze tecniche per navigare con sicurezza sia nel mondo della carta stampata che in quello tridimensionale del *packaging*, della segnaletica, degli allestimenti o in quello infinito del cyberspazio (dal sito dell'Accademia di Comunicazione di Milano).

Deve avere un'ottima conoscenza del Sistema operativo *Macintosh* e dei principali programmi professionali di grafica (*Adobe Photoshop* per il disegno creativo e per la manipolazione delle immagini fotografiche,

*Macromedia Freehand* per l'illustrazione, la grafica web, l'impaginazione e la produzione di esecutivi per la stampa, *QuarkXpress* per l'impaginazione).

Dal punto di vista personale bisogna essere estremamente fantasiosi, spiritosi curiosi e creativi. Bisogna essere in grado di lavorare in gruppo e di intuire le esigenze delle aziende clienti, trovando il modo migliore per tradurle in immagini.

### ***Grafico***

Il Grafico è il responsabile della progettazione grafico – visuale di una identità, di un messaggio, di una comunicazione, di un evento, di uno spazio. Attraverso una metodologia e una cultura specifica del progetto, il grafico affronta la re-alizzazione di messaggi complessi come l'identità globale di un'azienda o l'allestimento di una mostra. Il bagaglio culturale e il retroterra formativo attingono costantemente alla storia delle arti, alla psicologia della percezione, alla fotografia e all'architettura, all'antropologia e alle altre scienze sociali, utili a stabilire un approfondito e consapevole livello di interazione con i destinatari del messaggio. Il Grafico predilige, come campo di intervento, la grafica editoriale (libri, riviste, cataloghi), il *packaging* (progetti per confezioni di prodotto), l'immagine coordinata (progetto del marchio/logotipo e della sua articolazione nell'intera comunicazione aziendale), l'allestimento di spazi espositivi (*design* per mostre, fiere e esposizioni), il *design* per la segnaletica, l'*industrial design* e l'*art direction* per il web. I fondamenti culturali e professionali a cui fa riferimento sono quelli sia della tradizione tipografica (è infatti anche un esperto di tipografia) sia delle innovazioni tecnologiche con le quali sviluppare le tecniche della scrittura e dell'immagine. Profondo conoscitore dei processi e dei materiali per la stampa, collabora con fotografi, architetti, illustratori, tipografi e allestitori; ricopre spesso il ruolo di *Art director* quando dirige l'immagine generale di un'azienda o di un Ente, di una rivista o di un processo di comunicazione (dal sito dell'Accademia di Comunicazione di Milano).

Per svolgere questa professione bisogna possedere almeno un diploma di scuola superiore nell'ambito grafico – artistico (tecnico della grafica

pubblicitaria, Liceo Artistico, Accademia delle Belle Arti, Istituto d'Arte) possibilmente con specializzazione nell'ambito della comunicazione.

Deve avere un'ottima conoscenza del Sistema operativo *Macintosh* e dei principali programmi professionali di grafica (*Adobe Photoshop* per il disegno creativo e per la manipolazione delle immagini fotografiche, *Macromedia Freehand* per l'illustrazione, la grafica web, l'impaginazione e la produzione di esecutivi per la stampa, *QuarkXpress* per l'impaginazione).

Dal punto di vista personale deve essere estremamente fantasioso, spiritoso, curioso e creativo. Deve essere in grado di lavorare in gruppo e di intuire le esigenze delle aziende clienti, trovando il modo migliore per tradurle in immagini.

### ***Direttore Creativo***

E' il responsabile del gruppo creativo dell'agenzia pubblicitaria.

Il suo compito è tenere le redini creative della campagna e coordinare il lavoro dell'*Art Director*, del *Copywriter*, del grafico e del fotografo, valutando il loro lavoro e proponendolo al cliente (dal sito dell'Accademia di Comunicazione di Milano).

In genere, è egli stesso un *Copywriter*, un grafico o un *Art Director* con anni di esperienza sulle spalle, in grado di gestire e coordinare il gruppo creativo, nonché progettare e valutare una campagna pubblicitaria. In alcuni casi le sue mansioni vengono svolte dall'*Account*.

### ***Web Designer***

Il *Web designer* è uno specialista di formazione informatica, responsabile dell'aspetto grafico del sito. Questa figura professionale, utilizzando i più aggiornati *software*, svolge una serie di attività, tutte concentrate sugli aspetti di grafica e di navigazione del sito: progetti e gestione di servizi Web per le esigenze aziendali in Internet, Extranet ed Intranet, comunicazione *on line*, progetto e sviluppo di siti, gestione della visibilità nei motori di ricerca. Interviene sugli aspetti grafici per trovare la sintonia con i colori, il logo e la grafica tradizionale dell'azienda; analizza le problematiche



relative alla navigazione e alla programmazione dei nodi di interattività; arricchisce le pagine Web con animazioni e soluzioni grafiche.

Il *Web designer*, opera in relazione costante con i grafici e i programmatori Web, i quali mettono in pratica, sotto la sua diretta supervisione, le indicazioni sugli aspetti grafici e di navigabilità del sito (dal sito [www.form-azione.it](http://www.form-azione.it)<sup>63</sup>).

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un diploma di scuola superiore ad indirizzo tecnico – scientifico, ma è preferibile una laurea in Informatica o in Ingegneria. In ogni caso sarebbe meglio possedere una specializzazione (corsi di formazione o master) nell'area multimedia. E', inoltre, utile aver maturato delle esperienze professionali qualificanti in ambito di progettazione multimediale, anche come grafico o programmatore.

Il *Web designer* deve possedere un'ottima conoscenza degli applicativi legati all'impaginazione e alla grafica bi e tridimensionale, deve conoscere perfettamente Internet e i suoi applicativi per la grafica, statica e dinamica. Deve possedere inoltre una marcata sensibilità individuale e interesse per tutte le espressioni artistiche di tipo iconografico. E' consigliabile che abbia attitudine all'autoaggiornamento ed al lavoro in gruppo con professionalità diverse che non possiedono conoscenze informatiche specialistiche. Requisito fondamentale è dunque anche il possesso di ottime doti comunicative e di chiarezza espositiva.

### ***Media Planner***

Una volta che la campagna pubblicitaria è stata realizzata ed è pronta per essere diffusa, bisogna decidere anche su quali mezzi pubblicitari veicolare il proprio messaggio. E' indispensabile perciò analizzare tutte le informazioni e le caratteristiche proprie dei mezzi. Il *Media Planner* è un tecnico pubblicitario che effettua queste analisi per progettare una strategia di comunicazione. Ha il

---

<sup>63</sup> Ulteriori informazioni su questa figura professionale sono reperibili al sito: [http://www.orienter.it/scheda\\_professione.asp?IdProfessione=133&provenienza=profili\\_professionali\\_r1&lettera=w](http://www.orienter.it/scheda_professione.asp?IdProfessione=133&provenienza=profili_professionali_r1&lettera=w)

compito di proporre perciò come, dove, quando e a che prezzo veicolare il messaggio prodotto dal creativo.

Prima della campagna dovrà occuparsi di definire una o più strategie media, per raggiungere gli obiettivi di *marketing* prefissati, attraverso l'analisi dei mezzi di comunicazione e dell'attività dei concorrenti, formulare proposte di ripartizione degli investimenti, scelta dei veicoli e distribuzione temporale della campagna, contrattare con editori e concessionari per l'acquisto degli spazi sui mezzi e le relative prenotazioni.

Durante lo sviluppo temporale della campagna controlla la reale uscita degli avvisi/comunicati, nel rispetto del calendario, contesta eventuali incoerenze con gli accordi siglati, nonché le eventuali distorsioni nella pubblicazione degli annunci pubblicitari.

Al termine della campagna valuta quali sono stati i risultati quantitativi generati dalla campagna pubblicitaria confrontandoli con le previsioni della strategia media.

Per svolgere questa professione bisogna possedere almeno un diploma di scuola superiore nell'ambito grafico – artistico (tecnico della grafica pubblicitaria, Liceo Artistico, Accademia delle Belle Arti, Istituto d'Arte) possibilmente con specializzazione nell'ambito della comunicazione.

### **4.2.3 Le imprese padovane che organizzano eventi: struttura e dinamica**

Secondo gli elenchi della CCIAA le imprese padovane specializzate nell'organizzazione fiere, esposizione e convegni sono 15. Conglobando con queste imprese l'elenco dei nominativi cercati sulle Pagine Gialle e altri elenchi reperiti da internet, la popolazione totale delle aziende padovane specializzate nell'organizzazione di fiere, esposizioni e convegni conta 48

unità<sup>64</sup>. La lista “ripulita” secondo gli stessi criteri spiegati al paragrafo 4.2.1 (eliminando cioè unità non pertinenti o irreperibili), conta 43 unità, di cui 7 sono state selezionate per far parte del campione da intervistare faccia a faccia (3 unità non pertinenti ed un rifiuto sono stati rimpiazzati), 27 sono state inserite nel campione da intervistare telefonicamente dall’Ascom e i restanti 5 sono stati intervistati telefonicamente dai sindacati.

**Tabella 4.21** *Informazioni raccolte dall’Ascom Padova presso le imprese padovane specializzate nell’organizzazione di eventi.*

<b>Tecnica di rilevazione</b>	<b>Campione</b>	<b>Unità non pertinenti</b>	<b>Rifiuti</b>	<b>Rimpiazzati</b>	<b>Interviste concluse</b>
Faccia a faccia	7	3	1	4	7
Telefoniche	27	8	7	0	12
<b>Totale</b>	<b>34</b>	<b>11</b>	<b>8</b>	<b>4</b>	<b>19</b>

### ***La struttura e l’organizzazione***

La maggior parte delle imprese padovane specializzate nell’organizzazione di fiere e convegni (47,4%) hanno cominciato la loro attività tra il 1990 e il 2000, il 30% circa è sorto dopo il 2000 (Tabella 4.22). Si nota in particolare che la maggior parte di queste giovani aziende, sono situate nel territorio provinciale (62,5% contro il 9% delle imprese situate nel territorio del comune di Padova). Si nota inoltre che le imprese più anziane (10% nate prima del 1980 e 10% nate tra il 1980 e il 1990) sono tutte ubicate nel capoluogo padovano.

<sup>64</sup> La differenza riscontrata nel numero di aziende che si registrano alla CCIAA con il codice corrispondente all’attività di organizzazione di fiere, esposizioni e congressi ed il numero di aziende che si registrano sulle Pagine Gialle sotto la categoria “organizzazione di eventi” è dovuta al fatto che molte imprese si sono registrate alla CCIAA con il codice dell’attività di promozione pubblicitaria.

**Tabella 4.22** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per anno di inizio attività.*

<b>Anno di inizio attività</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Prima del 1980	18,2	0,0	<b>10,5</b>
1980 - 1990	18,2	0,0	<b>10,5</b>
1990 - 2000	54,5	37,5	<b>47,4</b>
Dopo il 2000	9,1	62,5	<b>31,6</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(11)</i>	<i>(8)</i>	<i>(19)</i>

Quasi tutte le imprese padovane che si occupano di organizzazione di eventi sono costituite da un'unica unità locale (89,5%) (Tabella 4.23). Solo il 10,5%, costituito interamente da aziende situate nel capoluogo, possiede più di una unità locale.

**Tabella 4.23** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di più di una unità locale o filiale nel territorio italiano.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha più di una unità locale	18,2	0,0	<b>10,5</b>
Ha solo una unità locale	81,8	100,0	<b>89,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(11)</i>	<i>(8)</i>	<i>(19)</i>

Per quanto riguarda la certificazione di qualità, soltanto il 5,3% delle aziende intervistate ha dichiarato di essere già certificato, ma si nota che una buona parte (47,4%) è in via di certificazione o ha in programma la certificazione (Tabella 4.24). Sembra quindi che ci sia una forte tendenza a standardizzare e regolamentare le procedure interne, vuoi per uniformare i processi di produzione del servizio, vuoi per dare un'immagine di serietà e professionalità non soltanto alla clientela, ma anche agli addetti interni.

Tuttavia una buona parte delle imprese intervistate ha dichiarato che tale procedura non è rilevante per il tipo di attività produttive svolte, in quanto la standardizzazione delle procedure non risulta determinante per garantire la qualità del servizio erogato. Per garantire efficienza e qualità, hanno spiegato queste aziende, sono sufficienti sistemi di controllo e di supervisione autonomi sui procedimenti interni.

**Tabella 4.24** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per situazione attuale rispetto alla certificazione.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Già certificata	9,1	0,0	<b>5,3</b>
In via di certificazione	18,2	37,5	<b>26,3</b>
La cert. è in programma	9,1	37,5	<b>21,1</b>
La cert. non è rilevante	54,5	25,0	<b>42,1</b>
Non sa	9,1	0,0	<b>5,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(11)</i>	<i>(8)</i>	<i>(19)</i>

Il 42,1% delle imprese intervistate è iscritto ad associazioni di categoria (Tabella 4.25). Le associazioni prevalentemente nominate sono: Unindustria, Ascom (Associazione commercianti, piccola e media impresa), CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato), Italcongressi (Associazione Italiana Relazioni Internazionali Congressuali), APCO (Associazione Professionale Italiana dei Consulenti di Direzione e Organizzazione), Assotravel (Associazione di categoria delle imprese di intermediazione di viaggi e vacanze)<sup>65</sup>.

<sup>65</sup> Per ulteriori informazioni sulle associazioni di categoria menzionate, si rimanda al Glossario di pag. 267.

**Tabella 4.25** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per iscrizione ad associazioni di categoria.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
E' iscritta	54,5	25,0	<b>42,1</b>
Non è iscritta	45,5	75,0	<b>57,9</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(11)</i>	<i>(8)</i>	<i>(19)</i>

La maggior parte delle imprese intervistate possiede un sito internet (73,7%) ed il 15,8% lo sta realizzando (Tabella 4.26). Il sito viene utilizzato prevalentemente a scopo promozionale per i propri servizi, ma in alcuni casi vengono previste possibilità più interattive, come ad esempio quella di accedere, tramite *password*, ad aree riservate per visualizzare le foto di particolari arredi progettati e costruiti per esposizioni, fiere e mostre.

In alcuni casi il sito possiede dei *link* (collegamenti) che permettono di visualizzare i prezzi della merce esposta da un particolare gruppo o azienda. A volte viene prevista inoltre la possibilità di acquistare i biglietti per le manifestazioni o iscriversi ai congressi *on line*, ricevendo sulla propria casella di posta elettronica la conferma della prenotazione.

**Tabella 4.26** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di un sito internet.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha un sito internet	72,7	75,0	<b>73,7</b>
Non ha un sito internet	9,1	12,5	<b>10,5</b>
Il sito è in via di realizzazione	18,2	12,5	<b>15,8</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(11)</i>	<i>(8)</i>	<i>(19)</i>

## *Il personale*

In media, le aziende padovane che si occupano di organizzare fiere, esposizioni e convegni impiegano circa 10 addetti (Tabella 4.27). Le aziende del capoluogo hanno un numero di addetti maggiore rispetto alle imprese delle zone circostanti. L'8% degli addetti di queste imprese è costituito da famigliari coadiuvanti che svolgono per lo più mansioni fiduciarie, come Responsabile amministrativo, Responsabile commerciale, Responsabile tecnico e Organizzatore di eventi.

**Tabella 4.27** *Numero medio di addetti e percentuale di famigliari sul totale degli addetti impiegati nelle imprese intervistate di Padova e Provincia.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Addetti per unità locale	11,3	9,3	<b>10,4</b>
Percentuale dei famigliari coadiuvanti	8,1	8,1	<b>8,1</b>

**Tabella 4.28** *Distribuzione percentuale degli addetti delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di contratto di assunzione.*

<b>Tipo di contratto</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
A tempo indeterminato	76,6	89,2	<b>81,3</b>
A tempo determinato	0,0	2,7	<b>1,0</b>
<i>Part -time</i>	8,1	4,1	<b>6,6</b>
Apprendistato/Di formazione lavoro	7,3	0,0	<b>4,5</b>
Atipico (co. co. co, a progetto, ecc..)	16,1	5,4	<b>12,1</b>

Per quanto riguarda i contratti di assunzione (Tabella 4.28), si nota che l'80% circa degli addetti delle imprese padovane specializzate nell'organizzazione di eventi sono assunti con contratto a tempo indeterminato,

il 12,6% è assunto con contratti atipici, come quelli di collaborazione o a progetto. Il contratto a termine viene utilizzato solamente con l'1% degli addetti, mentre è più comune il *part – time* (utilizzato con il 7% circa degli addetti) ed il contratto di apprendistato o di formazione lavoro (per il 4,5% degli addetti).

### ***I servizi offerti***

La maggior parte delle imprese intervistate offre servizi di organizzazione eventi (78,9%), il 36,8% si occupa inoltre di progettare e realizzare attrezzature fieristiche come *stand*, palchi, banchi di esposizione, ecc. (Tabella 4.29). Il 26,3% offre inoltre servizi di *catering* alimentare e di fornitura di *hostess* congressuali e fieristiche.

Il 63,2 svolge altri servizi oltre a quelli appena menzionati come quelli tipici delle agenzie viaggi, studi di mercato, realizzazione di strategie di comunicazione, interpretariato.

**Tabella 4.29** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di servizio offerto.*

<b>Servizi offerti</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Organizzazione eventi	90,9	62,5	<b>78,9</b>
Progettazione e realizzazione di attrezzature fieristiche	18,2	62,5	<b>36,8</b>
<i>Catering</i>	36,4	12,5	<b>26,3</b>
Servizio <i>hostess</i>	0,0	12,5	<b>26,3</b>
Altri servizi	63,6	62,5	<b>63,2</b>
<i>(n)</i>	<i>(11)</i>	<i>(8)</i>	<i>(19)</i>



### ***L'andamento delle imprese nell'ultimo anno***

Per quanto riguarda gli ultimi 12 mesi, solo il 15,8% delle imprese intervistate ha dichiarato di aver mancato qualche obiettivo, ma il 73,7% si ritiene soddisfatto dell'andamento della propria impresa ed il 10,5% ha addirittura fatto meglio del previsto (Tabella 4.30).

**Tabella 4.30** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia secondo che abbiano raggiunto gli obiettivi attesi nei 12 mesi precedenti l'intervista.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Meglio del previsto	9,1	12,5	<b>10,5</b>
Risultati desiderati all'incirca	63,6	87,5	<b>73,7</b>
Mancato vari obiettivi	27,3	0,0	<b>15,8</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(11)</i>	<i>(8)</i>	<i>(19)</i>

**Tabella 4.31** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti avvenuti all'interno dell'organico durante i 12 mesi precedenti l'intervista.*

<b>Movimenti avvenuti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Uscite	9,1	0,0	<b>5,3</b>
Assunzioni	18,2	50,0	<b>31,6</b>
Entrambe	18,2	12,5	<b>15,8</b>
Solo turnover	9,1	0,0	<b>5,3</b>
Nessuna variazione	45,5	37,5	<b>42,1</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(11)</i>	<i>(8)</i>	<i>(19)</i>

La tendenza positiva dell'ultimo anno si può notare anche osservando la tabella 4.31, infatti, soltanto il 5,3% delle imprese ha visto delle riduzioni di personale (in media una persona), mentre più del 30% ha assunto nuovo personale (in media 1,6 persone).

### *Le prospettive per il futuro*

Guardando al futuro della propria impresa, il 16,7% degli intervistati prevede di effettuare degli investimenti nella ristrutturazione o nell'acquisizione di nuovi locali, mentre l'11,1% ritiene di aver già investito a sufficienza (Tabella 4.32).

**Tabella 4.32** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per investimenti nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Intenzionati ad investire	20,0	12,5	<b>16,7</b>
Non intenzionati ad investire	70,0	62,5	<b>66,7</b>
Hanno già investito a sufficienza	0,0	25,0	<b>11,1</b>
Non sa / Dipende	10,0	0,0	<b>5,6</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(10)</i>	<i>(8)</i>	<i>(18)</i>

**Tabella 4.33** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti previsti all'interno dell'organico nei prossimi 2 anni.*

<b>Movimenti previsti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Assunzioni	18,2	75,0	<b>42,1</b>
Solo turnover	9,1	0,0	<b>5,3</b>
Nessuna variazione	54,5	25,0	<b>42,1</b>
Non sa / Dipende	18,2	0,0	<b>10,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(11)</i>	<i>(8)</i>	<i>(19)</i>

Si nota quindi una tendenza all'ampliamento ed alla crescita di queste imprese, che viene confermata anche dalla tabella 4.33, dalla quale si evince che il 42,1% delle imprese ha intenzione di effettuare assunzioni entro sei mesi o al massimo due anni e nessuna impresa prevede riduzioni di personale. In media si prevede l'assunzione di 1,4 persone. Le figure professionali ricercate

sono il commerciale, l'impiegato amministrativo, il grafico, l'organizzatore congressuale ed il personale tecnico (allestitori ed elettricisti).

Si nota che di tutte le imprese intenzionate ad investire, ben il 60% prevede assunzioni e addirittura il 38,5% delle aziende che non sono intenzionate ad investire prevedono tuttavia di assumere nuovo personale.

**Tabella 4.34** *Distribuzione percentuale delle imprese intenzionate ad investire o meno, per tipo di movimenti previsti all'interno dell'organico nei prossimi due anni.*

	<b>Intenzionate a investire / Hanno già investito</b>	<b>Non intenzionate / Non fanno</b>	<b>Totale</b>
<b>Solo assunzioni</b>	60,0	38,5	<b>44,4</b>
<b>Turnover</b>	40,0	53,8	<b>50,0</b>
<b>Non sa</b>	0,0	7,7	<b>5,6</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(5)</i>	<i>(13)</i>	<i>(18)</i>

#### **4.2.4 Le imprese padovane che organizzano eventi: le professioni**

Il personale delle imprese intervistate è organizzato per lo più in aree funzionali; tuttavia nelle aziende di dimensioni inferiori (in genere con meno di sei addetti) il personale svolge le proprie mansioni all'interno di un'area unica.

Nelle agenzie di medie e di grandi dimensioni si possono distinguere sei aree funzionali all'interno dei quali vengono svolte differenti mansioni:

- La Direzione,
- l'Amministrazione,
- l'Area Turismo,
- l'Area Eventi,
- l'Area Tecnica,
- l'Area commerciale.

Le figure professionali individuate all'interno di ogni area, sono schematizzate nella tabella 4.35.

**Tabella 4.35** Ripartizione delle figure professionali individuate durante le interviste per area funzionale.

Area funzionale	Figure professionali individuate
Direzione	Titolare o Direttore Assistente di Direzione / Segretario Responsabile dell'Ufficio Legale Responsabile del Personale Responsabile dell'Ufficio Sistemi Informatici Responsabile dell'Ufficio Beni Immobiliari e Infrastrutture
Amministrazione	Responsabile amministrativo Impiegato amministrativo Contabile
Area Turismo	Responsabile Area Viaggi Accompagnatore Turistico
Area Eventi	Organizzatore di Eventi
Area tecnica	Responsabile ufficio tecnico / logistico Allestitore
Area commerciale	Responsabile Manifestazioni Addetto al Mercato Estero Addetto alla Comunicazione Addetto Internet <i>Marketing</i>

▪ La **Direzione** in cui vengono svolte tutte le mansioni legate alla gestione economica e strategica dell'azienda: organizzare e coordinare i diversi reparti, al fine di soddisfare i clienti e aumentare il prestigio e il fatturato dell'azienda. E' in quest'area che svolge le proprie mansioni il Titolare e l'Assistente della Direzione o Segretario; nelle imprese di dimensioni maggiori, le attività legate alla direzione dell'azienda aumentano, infatti si trovano figure professionali come il Responsabile dell'Ufficio Legale, il Responsabile del Personale, il Responsabile dell'Ufficio Sistemi Informatici, il Responsabile dell'Ufficio Beni Immobiliari e Infrastrutture (cfr. par. 4.2.4.1).

▪ L'**Amministrazione**, all'interno della quale vengono svolte tutte le attività riguardanti la gestione contabile dell'impresa e la gestione amministrativa del personale. In quest'area sono stati individuati il Responsabile amministrativo, l'Impiegato amministrativo ed il Contabile. Nelle imprese di piccole dimensioni quest'area si sovrappone a quella direttiva, infatti in genere il titolare svolge anche il ruolo di Responsabile amministrativo, mentre il Segretario svolge le attività contabili.

### ***Contabile***

Questa figura provvede alla registrazione di tutte le transazioni economiche (acquisti, vendite, incassi, pagamenti, apertura e estinzione di crediti e debiti, ecc.) che riguardano l'impresa nel suo complesso.

Compito del Contabile è quello di raccogliere le informazioni dai vari uffici che realizzano le transazioni, provvedere alla loro classificazione per natura e per competenza generale, effettuare l'imputazione sui conti di competenza di ogni operazione. Periodicamente effettua il saldo dei conti, cioè confronta il dare con l'avere ed evidenzia la posizione, attiva o passiva, di ogni conto.

Scopo di questa attività è fornire in ogni momento la posizione complessiva dell'azienda rispetto all'oggetto di ogni singolo conto (cassa, capitale sociale, crediti, debiti, banche, ecc.). Inoltre dalla contabilità generale deriva direttamente la compilazione del bilancio di esercizio, sulla cui base si determina l'imponibile per la dichiarazione dei redditi.

Il suo lavoro si svolge alle dipendenze di un Responsabile Amministrativo, che, nelle piccole imprese, può essere lo stesso titolare o una figura ad esso vicina. Inoltre ha contatti frequenti con gli addetti alle altre attività amministrative.

La posizione di contabile richiede in genere una preparazione scolastica nel settore delle tecniche di contabilità quale quella fornita dal diploma di Ragioneria o da corsi professionali accessibili dopo la scuola dell'obbligo. Molto importante è anche una conoscenza di base nell'uso di strumenti informatici, quali personal o terminali, sempre più diffusi in tutte le aziende.

Sul piano delle attitudini personali si richiede precisione nello svolgimento delle operazioni, capacità di applicare correttamente procedure definite e di organizzare sinteticamente i dati su cui lavorare (dal sito [http://www.homolaicus.com/economia/CD/ppa\\_a\\_2.htm](http://www.homolaicus.com/economia/CD/ppa_a_2.htm)).

▪ **Area Turismo.** L'evento congressuale e fieristico è sì un'occasione di ritrovo per persone legate da interessi comuni, ma è anche un'occasione per visitare posti nuovi, soprattutto se l'evento ha la durata di diversi giorni. E' comune quindi che un'impresa che si occupa di organizzare eventi congressuali e fieristici si occupi anche di offrire ai partecipanti servizi come visite culturali e gite, momenti di svago e *relax*. Di queste attività se ne occupano il Responsabile Area Viaggi ed eventualmente l'Accompagnatore Turistico (cfr. par. 4.2.4.2).

▪ **Area Eventi,** cuore operativo dell'impresa, in cui vengono organizzati fino ai minimi particolari gli eventi congressuali e fieristici. Le fasi dell'organizzazione si possono così schematizzare:

1. Tecnica: quella organizzativa vera e propria;
2. Ricettiva: quella dell'organizzazione dell'apparato ricettivo a di supporto
3. Turistica: riguardante le attività strettamente legate all'attività congressuale, come viaggi, escursioni, gite ecc..

La figura professionale che segue tutte queste fasi è l'Organizzatore di Eventi (cfr. par. 4.2.4.3), anche se in alcuni casi la fase turistica viene seguita dalle figure dell'Area Viaggi.

▪ **Area Tecnica,** nella quale vengono svolte tutte quelle mansioni esecutive e pratiche legate alla produzione degli eventi ed alla costante supervisione e controllo della manifestazione fino alla completa chiusura della stessa. In quest'area sono stati individuati gli Allestitori che si occupano di montare secondo le norme di sicurezza e qualità tutti i supporti materiali e le strumentazioni utili allo svolgimento dell'evento (*stand* fieristici, allestimento sale congressuali, palchetti, maxischermi, impianti acustici e visivi, banchi di

esposizione, etc.) ed il Responsabile dell'Ufficio Tecnico/Logistico che ha il compito di coordinare e gestire l'attività logistica: gestione magazzino, spedizioni e ricezioni, fattorinaggio. Ha inoltre il compito di coordinare e programmare l'attività dei tecnici e degli allestitori.

- **Area Commerciale**, nella quale ci si occupa di promuovere i servizi dell'impresa, creando e mantenendo i contatti con gli espositori, gli istituti promozionali, le reti estere. Vengono svolti inoltre studi di fattibilità dei vari progetti previsti dall'azienda e richiesti dal cliente. Vengono mantenuti costanti contatti con l'Ufficio comunicazione al fine di rendere sempre aggiornata e specifica la descrizione dei servizi e la promozione degli eventi in programma. In quest'area operano il Responsabile Manifestazioni, che è l'esperto in tutti i tipi di eventi organizzati dalla propria azienda ed ha il compito di promuoverli e pianificarli insieme ai clienti e successivamente con l'Organizzatore di Eventi; l'Addetto al Mercato Estero che svolge le attività di promozione e contrattazione con i clienti stranieri, l'Addetto alla Comunicazione e l'Addetto Internet *Marketing* che si occupano di curare e aggiornare le comunicazioni promozionali ed informative su carta (*depliant, brochure, volantini, etc.*) ed in rete.

#### **4.2.4.1 Le figure professionali della Direzione**

##### ***Responsabile dell'Ufficio Legale***

E' una particolare figura di giurista che presta la sua attività all'interno dell'impresa: da assistente della direzione, con un ruolo di tipo fiduciario e non specialistico, ad esperto del diritto del lavoro, di normative internazionali, diritto bancario e finanziario, di contrattualistica nazionale e internazionale, nel senso specifico della conoscenza di modelli di contratti, di giurisprudenza, cioè delle decisioni prese dalla magistratura a vari livelli.

All'interno dell'azienda, come esperto di diritto del lavoro, può avere a che fare con i responsabili dell'ufficio personale. Con i responsabili dell'area

amministrativa-finanziaria può entrare in contatto come revisore dei loro atti o per la stesura degli atti stessi. Quanto all'Area produttiva vera e propria il legale collabora per definire modelli di contratto (standard forms) da utilizzare nei rapporti di compra-vendita oppure nella contrattazione che si instaura di volta in volta.

Questa persona è in genere laureata in Giurisprudenza o in Scienze Politiche con indirizzo Amministrativo. Deve possedere conoscenze di economia aziendale, diritto amministrativo e diritto commerciale. La conoscenza dell'inglese è fondamentale, dato che potrebbe dover comunicare con rappresentanti legali stranieri; è importante anche che abbia dimestichezza con i principali programmi informatici.

Quanto alle qualità attitudinali, per convincere lo *staff* imprenditoriale, deve possedere il dono della chiarezza e della concisione.

Deve essere anche dotato di immaginazione giuridica per riuscire a far rientrare il caso specifico fra quelli contemplati dalla legge o già decisi in sede giurisdizionale (dal sito <http://www.homolaicus.com/economia/><sup>66</sup>).

### ***Responsabile del personale***

Il Responsabile del personale ha il compito di seguire “a trecentosessanta gradi” gli addetti dell’impresa. Deve curare perciò la gestione di ogni aspetto legale, fiscale, contributivo, sindacale, legato alle retribuzioni del personale fornendo il supporto tecnico specialistico nelle fasi dell’elaborazione degli stipendi, sia per il personale temporaneo, sia per quello della struttura interna. Si occupa della stesura del budget dei costi del personale e dell’elaborazione dei dati per la stesura del bilancio di esercizio. Si occupa inoltre di effettuare colloqui di selezione, delle assunzioni e dei licenziamenti.

Per svolgere con competenza queste attività è preferibile possedere ottime competenze nelle tecniche di selezione e di valutazione del personale ed essere in grado di utilizzare test psico – attitudinali in fase di preselezione, possedere una laurea nell’ambito giuridico – amministrativo o in Psicologia del

---

<sup>66</sup> Ulteriori informazioni su questa figura professionale sono reperibili al sito internet: <http://www.homolaicus.com/economia/economia.htm>



Lavoro. Bisogna conoscere discretamente la lingua inglese ed i principali programmi informatici. Bisogna possedere un'esperienza pluriennale su tutti i temi specifici dell'amministrazione del personale. A livello caratteriale la persona che vuole svolgere questa professione deve distinguersi per flessibilità, velocità mentale, organizzazione, relazionalità e *problem solving*.

### ***Responsabile dell'Ufficio Sistemi Informatici***

Questa figura ha il compito di gestire ed aggiornare il sistema informatico aziendale.

E' addetto perciò agli interventi di manutenzione ordinaria e a quelli di natura straordinaria della rete di telecomunicazioni. E' un tecnico con competenze di *hardware* e di *software* che è in grado di installare, coordinare e riparare prodotti e sistemi di telecomunicazioni. Questa figura professionale deve unire capacità di lavoro manuale e capacità tecniche, utilizzando le proprie conoscenze e le esperienze eventualmente acquisite per attuare il proprio lavoro e risolvere i vari problemi operativi che gli si presentano.

In genere possiede un diploma di perito informatico o una laurea in Informatica, in Ingegneria Informatica o delle Telecomunicazioni. Deve avere competenze tecnico-specialistiche di *hardware* e *software*; inoltre, lo svolgimento di questa professione implica un aggiornamento continuo e dunque la capacità di arricchire continuamente le proprie conoscenze, mantenendosi sempre aggiornato sulle novità (prodotti e servizi) offerte dal settore. Infine deve avere una buona conoscenza della lingua inglese.

### ***Responsabile dell'Ufficio Beni Immobiliari e Infrastrutture***

L'obiettivo di questa figura è quello di garantire l'efficienza e l'efficacia dei processi di produzione del servizio nel rispetto delle normative e nel rispetto dei *budget* aziendali. Svolge perciò tutte quelle mansioni legate all'ottimizzazione dei tempi e delle risorse materiali ed umane affinché il servizio, svolto a norma di legge, soddisfi appieno il cliente.

La maggior parte delle sue mansioni sono comunque di tipo tecnico, in quanto spetta a questa figura il compito di progettare, allestire e collaudare gli uffici interni ed i locali fieristici nel rispetto delle principali norme di sicurezza.

Ha inoltre il compito di gestire e coordinare i servizi di manutenzione dei locali stessi. Mantiene i rapporti con i vigili del fuoco ed il personale di sicurezza affinché siano sempre presenti durante le manifestazioni.

Per svolgere questa professione è preferibile possedere una laurea in Ingegneria o in Architettura, conoscere bene la lingua inglese ed i principali programmi informatici.

Dal punto di vista caratteriale bisogna possedere doti di *leadership* ed autonomia, capacità di lavorare per obiettivi e sotto stress, serietà, precisione e professionalità.

#### **4.2.4.2 Le figure professionali dell'Area Viaggi**

##### ***Responsabile Area Viaggi***

Questa figura ha il compito di ideare ed organizzare le escursioni, le gite, le visite culturali e di svago, comprese di trasporti, trasferimenti e pernottamenti, utili per rendere ricca e piacevole la permanenza dei visitatori che raggiungono il luogo dove è stata organizzata la manifestazione congressuale. In alcuni casi tale attività prevede la pianificazione di una o due settimane di permanenza in uno o diversi luoghi, ma, nella maggior parte dei casi riguarda due o tre giorni.

Il suo compito è quello di informarsi accuratamente su tutte le diverse possibilità di accrescimento culturale e su tutti i servizi turistici che il territorio circostante la manifestazione rende disponibili, in modo da poter, non solo ideare egli stesso un iter culturale o di svago o di relax appetibile per i visitatori, ma anche fungere da punto di riferimento per i visitatori stessi che desiderano visitare i luoghi in un'ottica "fai da te".

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un diploma di scuola superiore nell'ambito turistico, ma è preferibile una laurea in

economia o in materie umanistiche, eventualmente corredata da una specializzazione in Turismo Congressuale. Bisogna possedere dimestichezza con almeno due lingue straniere ed avere un'ottima conoscenza dei principali programmi informatici (Office, Browser per Internet, posta elettronica).

Dal punto di vista personale bisogna possedere cultura generale, doti comunicative, capacità organizzative, inventiva, disponibilità, cortesia e gentilezza.

### ***Accompagnatore Turistico***

E' colui che accompagna persone singole o gruppi di turisti dall'inizio al termine dei viaggi, assicura loro assistenza e, pur non sostituendosi alla guida turistica, fornisce i primi elementi di conoscenza sui luoghi visitati. Si occupa di tutte le formalità di carattere doganale ed amministrativo nei viaggi all'estero e degli eventuali problemi monetari; fornisce le informazioni necessarie per il viaggio e il soggiorno nei luoghi di destinazione; provvede alla sistemazione negli alberghi prenotati; si occupa delle richieste dei viaggiatori, raccoglie i reclami di chi non è soddisfatto e cerca di favorire una buona armonia di gruppo.

Questa professione particolarmente dinamica presuppone, oltre alla disponibilità a viaggiare, buone capacità organizzative, doti di pazienza e di resistenza fisica e psicologica allo stress; una notevole adattabilità ed una capacità di reazione rapida ed efficace. L'Accompagnatore turistico deve saper affrontare ogni tipo di situazione, comprese le emergenze e i contrattempi (voli cancellati, bagagli smarriti, furti, malattie, ecc...), conoscendo bene le procedure nazionali ed internazionali e stabilendo contatti con ambasciate, consolati, uffici di polizia competenti. Deve inoltre possedere un notevole interesse a conoscere luoghi stranieri dal punto di vista storico, artistico, geografico e culturale avere anche disponibilità e sensibilità per comprendere le esigenze delle persone a lui affidate. Ovviamente conosce bene una o più lingue straniere.

L'attività viene esercitata come libera professione. Per essere autorizzati, è necessario presentare al Comune di residenza una denuncia di

inizio di attività ed è necessario frequentare corsi professionali o abilitazioni, bensì il possesso di uno dei seguenti diplomi:

- a) maturità di istituto tecnico o professionale per il turismo;
- b) liceo linguistico;
- c) laurea in economia e gestione dei servizi turistici;
- d) laurea in lingue;
- e) maturità di istituto superiore per interpreti e traduttori;
- f) laurea in lettere.

In alternativa al titolo di studio di cui sopra è richiesto il possesso del relativo attestato di qualifica, riconosciuto ai sensi delle legislazioni regionali vigenti. E' anche riconosciuto valido il possesso della idoneità conseguita ai sensi delle legislazioni regionali vigenti (dal sito dell'Informagiovani, centro comunale o provinciale, presente in quasi tutte le città d'Italia, che offre servizi di vario genere ai giovani<sup>67</sup>).

#### **4.2.4.3 Le figure professionali dell'Area Eventi**

##### ***Organizzatore di Eventi***

L'organizzatore di congressi ha il compito di organizzare convegni, cene, manifestazioni e conferenze. Gestisce, inoltre, tutte le attività collaterali a quella organizzativa vera e propria (contatti telefonici per stabilire il luogo ed i locali in cui si svolgerà la manifestazione, contrattazione, preventivi, attivazione del personale tecnico, ecc.). Nel caso in cui l'azienda non disponga dell'Area Turismo, l'organizzatore di congressi si preoccupa anche di fornire, eventualmente, servizi di prenotazione alberghiera ad esclusivo beneficio dei congressisti, nonché servizi di assistenza e di trasferimento, da e per le località in cui si svolgono gli eventi.

Egli può operare sia come dipendente nell'ambito di una società di organizzazione di congressi che come libero professionista occupandosi in

---

<sup>67</sup> Per ulteriori informazioni su questa figura professionale si può consultare il sito: [http://www.informagiovani-italia.com/accompagnatore\\_turistico.htm](http://www.informagiovani-italia.com/accompagnatore_turistico.htm)

entrambi i casi di studi e ricerche di mercato, di confezionare “chiavi in mano” una manifestazione congressuale (dalla pianificazione iniziale fino alla chiusura dell’evento), ma può anche fornire la propria consulenza sulla scelta dei prodotti e dei servizi necessari alla creazione dell’evento congressuale.

Per svolgere tale attività è fondamentale conoscere a fondo il mercato del turismo congressuale, tendenze e andamenti. Altrettanto importante è la conoscenza delle tecniche di pianificazione del marketing per la promocommercializzazione e la comunicazione degli eventi e delle tecniche di pubbliche relazioni e saper gestire i rapporti interpersonali ed il lavoro dei propri collaboratori.

Occorre conoscere le lingue straniere, necessarie per gestire l’eventuale contatto con enti, committenti e partecipanti internazionali.

Doti e competenze necessarie per svolgere questa professione sono indubbiamente lo spirito imprenditoriale, la capacità organizzativa e decisionale, l’attitudine ad impartire e far rispettare le direttive, la precisione e l’attenzione per i dettagli.

E’ una professione abbastanza dinamica in quanto solo alcune fasi di lavoro si svolgono presso il proprio ufficio, mentre altre impongono continui contatti con l’esterno e frequenti spostamenti per visionare sedi congressuali, programmare attività complementari.

I ritmi di lavoro sono generalmente abbastanza regolari nella fase di ricerca, studio e pianificazione dell’evento, per divenire sempre più pressanti mano a mano che si avvicina la data dell’iniziativa e assolutamente frenetici quando il congresso è in fase di svolgimento.

L’esercizio dell’attività dell’esperto di marketing congressuale/organizzatore congressuale<sup>68</sup> può essere svolto in forma autonoma oppure in forma associata, partecipando a società di servizi in questo settore. In alternativa è anche possibile essere assunti come dipendenti presso società che si occupano di organizzazione congressuale.

---

<sup>68</sup> Ulteriori informazioni su questa figura professionale sono reperibili al sito: <http://www.provincia.forlivesena.it/clikkasultuofuturo/fabbisogno/sito/Trasversali/EspertodiMarketingCongressuale.htm>



## CAPITOLO 5

### Settore: sicurezza dell'ambiente e tutela del territorio

---

In questo capitolo si trattano i servizi di:

- **investigazione e vigilanza** (codice ATECO 74.6) che comprendono:
  - servizi di vigilanza privata (codice ATECO 74.60.1);
  - servizi di investigazione (codice ATECO 74.60.2);
- **pulizia e disinfestazione** (codice ATECO 74.7) che comprendono:
  - servizi di pulizia (codice ATECO 74.70.1);
  - servizi di disinfestazione (codice ATECO 74.70.2) (ISTAT, Classificazione delle attività economiche 2002).

Nei prossimi paragrafi si daranno alcune informazioni di carattere storico – descrittivo di questi settori poco conosciuti, ma che recentemente hanno cominciato un processo di sviluppo del tutto nuovo ed inaspettato (Paragrafi 5.1 e 5.3). Si presenteranno inoltre i risultati dell'indagine svolta sulle imprese padovane che svolgono le attività di investigazione e vigilanza (Paragrafo 5.2) e di pulizia e disinfestazione (Paragrafo 5.4).

## **5.1 Servizi di investigazione e vigilanza: una panoramica dei settori**

Nel seguito si riportano cenni sulle leggi che regolano i settori commerciali dell'investigazione e della vigilanza private in Italia (Paragrafi 5.1.1 e 5.1.2), nonché dei rispettivi sviluppi storici (Paragrafo 5.1.3). In questo modo sarà possibile comprendere meglio i risultati dell'indagine svolta presso le imprese padovane che verranno presentati nel paragrafo 5.2.

### **5.1.1 Servizi di investigazione privata: cenni storici e legislativi**

In ogni epoca l'uomo ha avvertito l'esigenza di ricerca della verità come strumento di accrescimento, per questo il mestiere dell'investigatore è tanto antico da essere intimamente connesso a tutta la storia umana.

In termini storico – culturali il più classico e potente prototipo dell'investigazione è il mito di Edipo, com'è stato raccontato da Sofocle nell'*Edipo re*. In questa opera, ritenuta dalla *Poetica* di Aristotele in poi l'opera perfetta e più ammirevole di tutta la drammaturgia antica, viene tracciato per la prima volta l'archetipo dell'investigatore. Il protagonista, Edipo appunto, indaga sull'assassinio di Laio, suo padre; interroga la vedova, i testimoni, le varie persone informate sui fatti, vaglia attentamente e criticamente gli indizi. Con metodo, fiuto e pazienza scopre infine la verità più drammatica, quella addirittura di essere egli stesso il colpevole.

Negli anni successivi alla caduta del muro di Berlino e con l'emergere di una società sempre più globalizzata e intensamente tecnologicizzata, contraddistinta da un'infinità di informazioni e da un'impetuosa proliferazione di diversità, devianze e crimini di vario tipo, l'aspetto preminente del lavoro investigativo si è contraddistinto da un'adeguata preparazione di tipo metodologico, improntata sì su conoscenze di tipo giuridico, ma arricchita



sempre di più da competenze nel campo tecnologico - informatico ed in quello psicologico (Sidoti, 2003).

Nel nostro Paese, gli investigatori privati sono stati, fino all'inizio del 2000, ignorati dalla legge. Successivamente, con il provvedimento n. 397 del 7 dicembre 2000 entrato in vigore il 18 gennaio 2001, l'investigatore privato ha assunto un'importanza maggiore, ottenendo il riconoscimento normativo di figura professionale di utilissimo supporto al difensore nella ricerca di elementi difensivi.

Il vigente ordinamento distingue due figure di investigatore privato disciplinate dal medesimo articolo del Testo Unico delle Leggi di Pubblica Sicurezza (art. 134). La prima, autorizzata dal Prefetto della provincia, svolge investigazioni di carattere generale (coniugali, assicurative, ecc.) e raccolta di informazioni commerciali; la seconda, anch'essa autorizzata dal Prefetto e prevista specificamente dal Codice di Procedura Penale (art. 327 bis), è finalizzata alla raccolta di elementi di prova da far valere nel corso di un procedimento penale e viene svolta per conto degli avvocati difensori. Si tratta quindi di attività profondamente diverse anche se simili, al punto che l'investigatore penale, a differenza dell'investigatore privato, non è tenuto alla collaborazione con le autorità di pubblica sicurezza, in quanto parificato ai consulenti di parte.

Per divenire investigatore privato quindi bisogna ottenere un'autorizzazione del Prefetto competente per la località ove si intende aprire l'istituto. Il rilascio della licenza è a discrezione del Prefetto, che si basa essenzialmente sulle capacità tecniche dell'aspirante investigatore e sul numero e l'importanza degli istituti già esistenti su quella piazza (art.136 del TULPS<sup>69</sup>). In subordine, per svolgere la professione senza l'autorizzazione prefettizia, è possibile operare quale collaboratore o dipendente di un istituto già abilitato, a

---

<sup>69</sup> Testo Unico delle Leggi di Pubblica Sicurezza. La versione completa è consultabile all'indirizzo internet: <http://www.siulp.it/publish/Provvedimenti/tulps.htm>.

condizione che il titolare abbia compiuto le obbligatorie dichiarazioni in Prefettura (dal sito della Polizia di Stato<sup>70</sup>, 2003).

Il settore della sicurezza è oggi in forte espansione in tutto il mondo, soprattutto dopo gli attentati dell'11 Settembre. Gli sbocchi professionali variano dall'ambito pubblico (polizia di Stato, carabinieri, finanza, polizia penitenziaria) all'ambito privato: compagnie d'assicurazione, vigilanza, sicurezza, agenzie d'investigazione privata.

Il 17 Luglio 2001 il senatore Giampaolo Bettamio ha presentato un disegno di legge che disciplina la figura dell'investigatore privato, istituisce l'ordine professionale e sancisce i diritti della categoria nella prospettiva di svincolare questa professione dai vecchi schemi risalenti al Regio Decreto 18/6/1931, n. 773 e successive modifiche.

La proposta di legge Bettamio, prevede l'istituzione di un Collegio Unico Nazionale a Roma, tre Albi Professionali interregionali a Milano, Roma e Bari; alta vigilanza sull'attività professionale degli investigatori privati esercitata dal Ministro della Giustizia attraverso i suoi organi diretti; attività di difesa penale e civile, condensata nell'articolo 41 della futura legge (che prevede, tra l'altro, diverse attività sinora mai espletate dalla categoria); accesso alla professione mediante esami di Stato scritti e orali; sanatoria per i colleghi che da più anni esercitano l'attività e che, quindi, vengono confermati nei rispettivi albi professionali interregionali (Dal sito della Unione Nazionale degli Investigatori Privati<sup>71</sup>).

---

<sup>70</sup>Ulteriori informazioni su questo argomento sono reperibili all'indirizzo internet: [www.poliziadistato.it/pds/faq\\_new/index.php?](http://www.poliziadistato.it/pds/faq_new/index.php?)

<sup>71</sup> Ulteriori informazioni sono reperibili agli indirizzi internet: <http://unipitalia.it> e <http://www.senato.it/leg/14/BGT/Schede/Attsen/00003894.htm>

### 5.1.2 Servizi di vigilanza privata: cenni storici e legislativi

In epoca romana erano chiamati vigili i *tres viri nocturni*; oltre allo spegnimento degli incendi avevano compiti di pubblica sicurezza, specialmente durante la notte. Già nelle lontane origini, all'organizzazione pubblica si affiancò quella privata; patrizi mantenevano e addestravano schiavi per la sorveglianza dei beni e lo spegnimento degli incendi nelle proprietà.

Augusto, nel 22 a.C., invitò gli edili ad una maggior cura della sorveglianza della città e mise a loro disposizione un corpo di seimila vigili.

Se le origini risalgono ad epoche remote - come del resto si ricava dallo stesso nome latino, *vigilantia* - più assimilabile al moderno concetto di Polizia è la funzione delle Guardie notturne le cui attività sono finalizzate alla prevenzione ed alla custodia dei beni. Il Testo Unico delle leggi di pubblica sicurezza del 18 giugno 1931 prevede infatti la costituzione di Corpi privati i quali sono tenuti a prestare la loro opera ad ogni richiesta dell'autorità di Polizia (art.132-141) diventando così Guardie particolari Giurate.

Fino a metà dell'Ottocento non era prevista la possibilità che privati potessero svolgere attività di vigilanza per conto di altri, quindi lo Stato era l'unico ed il solo a poter vigilare e presiedere alla vita individuale, intesa in tutte le sue mansioni, né era concepibile una sfera di atti liberi e sottratti al suo controllo.

La prima barriera fu abbattuta con la legge 20 marzo 1865 n. 2248, allegato 3, sulla unificazione legislativa, le quali disposizioni sancivano la possibilità di nominare Guardie particolari da destinare limitatamente alla custodia della sola proprietà terriera. Una successiva legge del 1890, la n. 7321, estendeva tale prestazione d'opera alla tutela della più generica proprietà dei comuni e i corpi morali<sup>72</sup>.

Solo con la legge del 1907 n. 690, nota come il Testo Unico sugli Ufficiali ed Agenti di pubblica sicurezza, si attribuì ai privati, ai corpi morali ed ai Comuni la facoltà di chiedere l'approvazione della nomina di Guardie

---

<sup>72</sup> Opere pie o Istituzioni Pubbliche di Assistenza e Beneficenza.

particolari Giurate per custodire le loro proprietà. Successivamente il R.D. n. 562 del 1914 regolava gli Istituti di Vigilanza e custodia della proprietà mobiliare ed immobiliare altrui.

Oggi l'esercizio dell'attività di vigilanza e di salvaguardia dei beni altrui da parte di strutture organizzate, attraverso l'opera di personale selezionato appositamente, trova il suo assetto organico con il tuttora vigente Testo Unico approvato con R.D. n. 773 del 1931 e col relativo regolamento di cui al R.D. n. 635 del 1940.

Un tema di costante attualità è quello della natura giuridica dei soggetti operanti in tali istituti. Appare esatto riconoscere loro solo eccezionalmente carattere di pubblici ufficiali, quindi le Guardie particolari Giurate "non hanno di regola la qualità di pubblici ufficiali, bensì di incaricati di pubblico servizio" a norma dell' art. 358 comma 2 c.p.. Per esempio, in caso di arresto in flagranza, spetta alla guardia la qualità di pubblico ufficiale, non perché siano Guardie, bensì perché tale qualità spetterebbe a qualsiasi privato in condizioni simili.

Parlando degli istituti bisogna ricordare che essi non dovranno assumere l'aspetto di organizzazioni paramilitari, nè, tanto meno, dovranno presentare le connotazioni di organismi depositati di pubblici poteri. Proprio per questo, ad esempio, è necessario che la foggia delle uniformi proposta per le Guardie dei suddetti istituti sia tale da garantire esteriormente l'esatta individuazione da parte di chiunque dello *status* e anche della funzione di detto personale ed evitare così ogni possibilità di equivoco o di deprecabile abuso nell'esercizio dei delicati compiti ad essi demandati (dal sito del Sindacato Unitario Lavoratori Polizia Municipale<sup>73</sup>).

---

<sup>73</sup> Ulteriori informazioni su questo argomento sono reperibili all'indirizzo internet: <http://www.sulpm.info/sulpm/archivio2003/01/gdm120103.htm>

### 5.1.3 Vent'anni di statistiche sulle attività di investigazione e vigilanza

I primi dati disponibili sul settore di investigazione e vigilanza risalgono al 1981, anno in cui queste attività hanno cominciato ad essere rilevate nel Censimento dell'industria e dei servizi condotto dall'ISTAT.

La tabella 5.1 mostra il numero di unità locali e di addetti rilevati in Italia dal 1981 al 2001; i dati sono relativi ad ogni ripartizione geografica del Paese. Si nota che il settore è in costante crescita in tutti i territori italiani; l'Italia meridionale registra costantemente i numeri più alti anche se nel 2001 viene affiancata dall'Italia nord – occidentale (26% delle unità locali del totale nazionale); seguono l'Italia centrale (20% delle unità locali nazionali nel 2001) e l'Italia nord – orientale (18%).

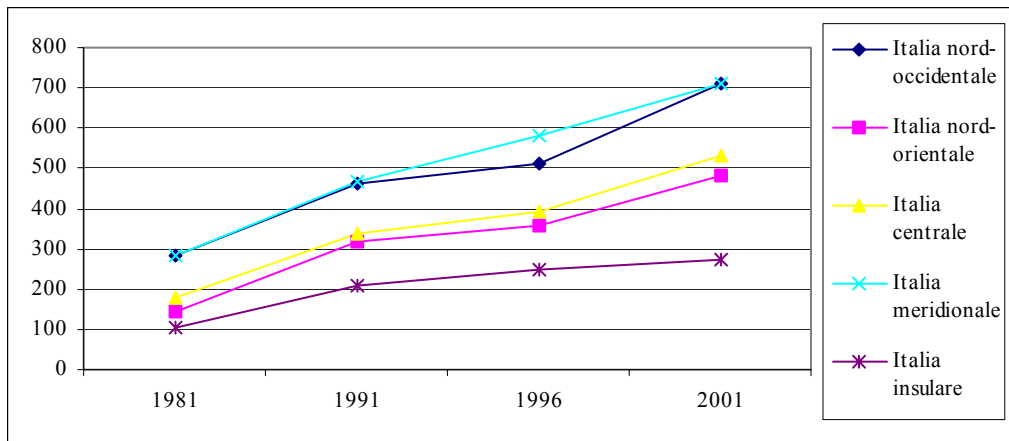
**Tabella 5.1** Numero di unità locali e addetti all'attività di investigazione e vigilanza in Italia dal 1981 al 2001.

Ripartizione geografica		Anni			
		1981	1991	1996	2001
Italia nord-occidentale	<i>Unità locali</i>	285	464	511	710
	<i>Addetti</i>	11.520	14.350	12.419	17.256
Italia nord-orientale	<i>Unità locali</i>	143	318	357	482
	<i>Addetti</i>	4.492	5.607	5.714	7.890
Italia centrale	<i>Unità locali</i>	178	339	391	534
	<i>Addetti</i>	7.361	9.041	9.928	14.123
Italia meridionale	<i>Unità locali</i>	283	465	581	709
	<i>Addetti</i>	6.683	10.785	11.368	13.265
Italia insulare	<i>Unità locali</i>	106	208	250	275
	<i>Addetti</i>	2.410	4.793	5.483	5.601
<b>Italia</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>995</b>	<b>1.794</b>	<b>2.090</b>	<b>2.710</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>32.466</b>	<b>44.576</b>	<b>44.912</b>	<b>58.135</b>
	<b><i>Media addetti</i></b>	<b>32,6</b>	<b>24,8</b>	<b>21,5</b>	<b>21,5</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1981 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

Le unità locali rilevate dal Censimento sono costituite da una media di 32 addetti nel 1981 e di 21,5 addetti nel 2001. Per quanto riguarda gli aumenti nelle varie zone (Grafico 5.1), nel 2001 l'Italia nord – orientale ha registrato un numero di unità locali più che triplicato rispetto a quello del 1981 (+ 337%), seguita dall'Italia centrale (+ 300%), dall'Italia insulare (+ 260%) e infine dall'Italia meridionale e nord – occidentale che hanno registrato un aumento del 250%.

**Grafico 5.1** *Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di investigazione e vigilanza in Italia dal 1981 al 2001.*



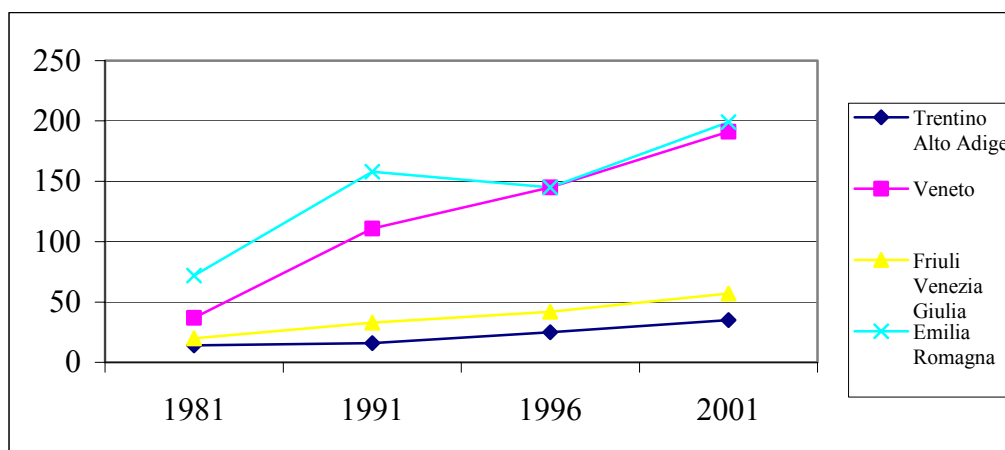
In Veneto si può notare un andamento di costante crescita (+ 500% nelle unità locali dal 1981 al 2001). Per quanto riguarda Trentino Alto Adige e Friuli Venezia Giulia, sia il numero di unità locali che il numero di addetti sono in costante, ma lenta crescita. I numeri registrati in queste regioni sono piuttosto bassi: il Friuli fa registrare infatti un numero di unità locali pari al 12% circa del totale del Nord – Est ed un numero di addetti pari al 14%, mentre il Trentino registra soltanto il 7% delle unità locali ed il 4% degli addetti.

Dal 1981 al 2001 il Veneto ha registrato un aumento del 500% nelle unità locali e del 200% negli addetti (Tabella 5.2).

**Tabella 5.2** Numero di unità locali e addetti all'attività di investigazione e vigilanza in Italia nord – orientale dal 1981 al 2001.

Regione		Anni			
		1981	1991	1996	2001
Trentino Alto Adige	<i>Unità locali</i>	14	16	25	35
	<i>Addetti</i>	191	262	330	327
Veneto	<i>Unità locali</i>	37	111	145	191
	<i>Addetti</i>	1.670	2.012	2.290	3.203
Friuli Venezia Giulia	<i>Unità locali</i>	20	33	42	57
	<i>Addetti</i>	712	729	916	1.135
Emilia Romagna	<i>Unità locali</i>	72	158	145	199
	<i>Addetti</i>	1.919	2.604	2.178	3.225
<b>Italia nord-orientale</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>143</b>	<b>318</b>	<b>357</b>	<b>482</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>4.492</b>	<b>5.607</b>	<b>5.714</b>	<b>7.890</b>
	<b><i>Media addetti</i></b>	<b>31,4</b>	<b>17,6</b>	<b>16,0</b>	<b>16,4</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1981 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

**Grafico 5.2** Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di investigazione e vigilanza in Italia nord – orientale dal 1981 al 2001.

Venezia è la provincia che “trascina” maggiormente l'andamento di costante crescita del settore di investigazione e vigilanza nel Veneto, probabilmente anche a causa del gran numero di palazzi antichi e opere d'arte presenti nel territorio.

**Tabella 5.3** Numero di unità locali e addetti all'attività di investigazione e vigilanza in Veneto dal 1981 al 2001.

Province		Anni			
		1981	1991	1996	2001
Belluno	<i>Unità locali</i>	1	7	6	6
	<i>Addetti</i>	57	64	70	97
Padova	<i>Unità locali</i>	4	16	19	32
	<i>Addetti</i>	242	266	281	508
Treviso	<i>Unità locali</i>	7	21	29	28
	<i>Addetti</i>	221	236	206	387
Rovigo	<i>Unità locali</i>	2	6	13	17
	<i>Addetti</i>	115	87	130	145
Venezia	<i>Unità locali</i>	10	26	46	53
	<i>Addetti</i>	569	680	778	1.070
Verona	<i>Unità locali</i>	8	20	18	33
	<i>Addetti</i>	217	309	389	495
Vicenza	<i>Unità locali</i>	5	15	14	22
	<i>Addetti</i>	249	370	436	501
<b>Veneto</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>37</b>	<b>111</b>	<b>145</b>	<b>191</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>1.670</b>	<b>2.012</b>	<b>2.290</b>	<b>3.203</b>
	<b><i>Media addetti</i></b>	<b>45,1</b>	<b>18,1</b>	<b>15,8</b>	<b>16,8</b>

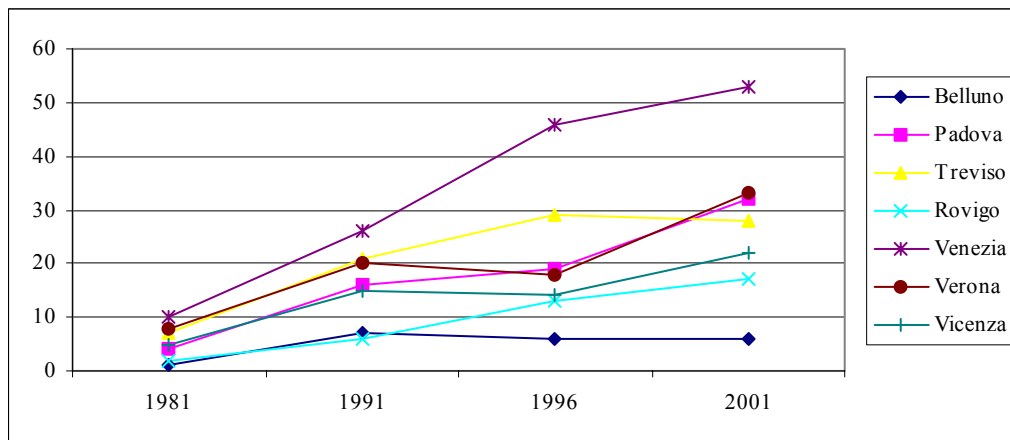
Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1981 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

Nella provincia veneziana si contano, infatti, i numeri più alti sia di unità locali (53, pari al 28% del totale regionale) sia di addetti (1070, pari al 33% del totale del Veneto).

In vent'anni è stato registrato un aumento nelle unità locali del 530% e negli addetti del 188%. Seguono Verona e Padova che nel 2001 contano il 17% del totale delle unità locali venete ed il 16% del totale degli addetti.



**Grafico 5.3** Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di investigazione e vigilanza in Veneto dal 1981 al 2001.



## 5.2 Un'indagine sulle attività di investigazione e vigilanza nel padovano

Si presentano ora i risultati dell'indagine condotta nel settore dell'investigazione e della vigilanza nel territorio della provincia di Padova.

Per svolgere questa indagine, sono stati interpellati i titolari di imprese di vigilanza e di studi e agenzie di investigazione.

Le tecniche utilizzate per la raccolta dei dati sono state il *focus group* e le interviste telefoniche.

Nei prossimi paragrafi si presentano, separatamente, i risultati ottenuti sulla struttura e l'organizzazione di queste imprese, sul personale impiegato, sull'andamento dell'ultimo anno e sulle previsioni per i prossimi due anni (Paragrafo 5.2.1 per gli studi di investigazione, paragrafo 5.2.3 per le imprese di vigilanza); si presentano inoltre le descrizioni delle figure professionali individuate all'interno dell'organico di queste imprese, (Paragrafo 5.2.2 per gli studi di investigazione, paragrafo 5.2.4 per le imprese di vigilanza).

### 5.2.1 Gli studi e le agenzie di investigazione padovani: struttura e dinamica

Secondo gli elenchi della CCIAA gli studi e le agenzie che si occupano di attività investigativa nel territorio padovano sono 8. Conglobando l'elenco della CCIAA con i nominativi che compaiono sulle Pagine Gialle e su altri elenchi reperiti da Internet, si ottiene una popolazione di agenzie investigative in Padova e provincia di 14 unità.

Con l'obiettivo di approfondire la conoscenza della realtà di queste imprese, in particolare la loro struttura interna e le figure professionali in esse presenti, è stato organizzato un *focus group* che ha visto la partecipazione di due titolari di agenzie investigative e quattro rappresentanti<sup>74</sup> di imprese di vigilanza. Sono stati invitati esponenti sia dell'uno che dell'altro ramo, in quanto, molto spesso, lo stesso istituto fornisce sia servizi di investigazione, sia servizi di vigilanza.

La rilevazione dei dati è stata completata con interviste telefoniche alle restanti agenzie investigative del padovano.

**Tabella 5.4** Informazioni raccolte dall'Ascom Padova presso gli studi e le agenzie di investigazione padovani.

<b>Tecnica di rilevazione</b>	<b>Campione</b>	<b>Unità non pertinenti</b>	<b>Rifiuti</b>	<b>Interviste concluse</b>
<i>Focus Group</i>	4	0	2	2
Telefoniche	10	2	1	7
<b>Totale</b>	<b>14</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>9</b>

<sup>74</sup> I rappresentanti delle imprese di vigilanza intervenuti al *focus group* ricoprono il ruolo di Responsabile commerciale, Responsabile delle Risorse Umane, Direttore di sede.

### *La struttura e l'organizzazione*

Le agenzie investigative di Padova sono piuttosto giovani (Tabella 5.5); più della metà di esse, il 55,6%, ha cominciato l'attività investigativa negli anni Novanta, il 33,3% è sorto tra il 1980 ed il 1990 mentre il restante 11,1% delle agenzie ha cominciato la propria attività prima del 1980; si nota che queste ultime imprese sono situate tutte fuori dal capoluogo. Si nota inoltre che nessuna delle imprese intervistate è nata dopo il 2000; questo fatto potrebbe indicare due situazioni ipotizzabili. La prima è che il settore padovano dell'investigazione stia attraversando una fase di stasi generale e che quindi la carenza di richieste di servizi investigativi non stimoli l'entrata nel settore di nuove imprese. La seconda è che le agenzie già presenti sul territorio forniscano una quantità ed una gamma di servizi sufficienti per coprire le necessità dell'intera zona provinciale. Bisogna tenere presente, infatti, che per cominciare un'attività in proprio nel campo dell'investigazione, è necessario richiedere ed ottenere la licenza per l'esercizio dell'attività dal Prefetto della provincia che valuta il rilascio della stessa anche sulla base del numero già esistente di esercizi di questo tipo sul territorio.

**Tabella 5.5** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per anno di inizio attività.*

<b>Anno di inizio attività</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Prima del 1980	0,0	20,0	<b>11,1</b>
1980 - 1990	50,0	20,0	<b>33,3</b>
1990 - 2000	50,0	60,0	<b>55,6</b>
Dopo il 2000	0,0	0,0	<b>0,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(4)</i>	<i>(5)</i>	<i>(9)</i>

Il 70% circa delle agenzie investigative padovane è organizzato in più di una unità locale o filiale (Tabella 5.6); di queste, la maggior parte possiede filiali al di fuori della provincia di Padova e prevalentemente in Veneto. Una

organizzazione in filiali rende queste imprese in grado di offrire i propri servizi non solo ai clienti del territorio padovano, ma anche ad altre province venete. Questo vantaggio contribuirebbe a spiegare la totale inesistenza di imprese “giovanissime”, le quali si troverebbero a dover affrontare un territorio probabilmente già “saturato” di servizi investigativi forniti da unità locali forti di maggiore fama ed esperienza sul campo.

**Tabella 5.6** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di più di una unità locale o filiale nel territorio italiano.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha più di una unità locale	66,7	75,0	<b>71,4</b>
Ha solo una unità locale	33,3	25,0	<b>28,6</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
(n)	(3)	(4)	(7)

La maggior parte delle imprese interpellate, il 56% circa, non possiede alcun tipo di certificazione di qualità (Tabella 5.7).

**Tabella 5.7** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per situazione attuale rispetto alla certificazione.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Già certificata	0,0	20,0	<b>11,1</b>
In via di certificazione	0,0	0,0	<b>0,0</b>
La cert. è in programma	0,0	0,0	<b>0,0</b>
La cert. non è rilevante	50,0	60,0	<b>55,6</b>
Non è certificata	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Non sa	50,0	20,0	<b>33,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
(n)	(4)	(5)	(9)

Il motivo prevalentemente addotto dagli intervistati per giustificare tale scelta è che la certificazione di qualità non è per ora rilevante per le agenzie

investigative, infatti non esiste e non è nemmeno prevista. Per svolgere attività di investigazione, hanno spiegato gli intervistati, è necessaria la licenza rilasciata dalla prefettura. Dato che tale licenza viene rilasciata sulla base del controllo di precisi requisiti relativi non solo alla professionalità dell'investigatore, ma anche all'idoneità dei locali destinati all'agenzia, questa è l'unica documentazione che viene considerata anche una certificazione di qualità del servizio.

Più della metà delle agenzie investigative padovane, circa il 56%, non è iscritta ad associazioni di categoria (Tabella 5.8). Il 33% è iscritto ad associazioni di categoria come il CON.IPI, Confederazione Nazionale degli Investigatori Privati Italiani, e la Confesercenti, associazione di piccole e medie imprese<sup>75</sup>.

**Tabella 5.8** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per iscrizione ad associazioni di categoria.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
E' iscritta	75,0	0,0	<b>33,3</b>
Non è iscritta	25,0	80,0	<b>55,6</b>
Non sa	0,0	20,0	<b>11,1</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
(n)	(4)	(5)	(9)

Il 44% circa delle imprese possiede già un sito internet, il 33% non lo possiede ed il restante 22% lo sta realizzando (Tabella 5.9). Si nota che le imprese che attualmente stanno realizzando un proprio sito sono tutte situate nel territorio della provincia di Padova e dato che queste agenzie sono anche quelle che, in quantità maggiore rispetto a quelle del capoluogo, possiedono più di una unità locale sul territorio, può essere che sentano maggiormente

<sup>75</sup> Per maggiori informazioni sulle associazioni di categoria menzionate, si rimanda al Glossario di pag.

l'esigenza di estendere le informazioni sui propri servizi ad un'area che sia più vasta possibile, utilizzando un sistema veloce e diffuso come quello della rete.

Il sito internet viene infatti utilizzato, dalle agenzie investigative, esclusivamente a scopo informativo, promozionale e pubblicitario; contiene l'elenco e la descrizione di tutti i servizi svolti dall'agenzia, delle tecniche e degli strumenti prevalentemente utilizzati durante lo svolgimento delle indagini. Contiene inoltre i recapiti di tutte le filiali dell'agenzia presenti sul territorio e, in alcuni casi, prevede la possibilità di contattare direttamente tramite posta elettronica un investigatore privato.

**Tabella 5.9** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di un sito internet.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha un sito internet	50,0	40,0	<b>44,4</b>
Non ha un sito internet	50,0	20,0	<b>33,3</b>
Il sito è in via di realizzazione	0,0	40,0	<b>22,2</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(4)</i>	<i>(5)</i>	<i>(9)</i>

### ***Il personale***

In media, le agenzie investigative padovane impiegano un numero di addetti pari a 5, ma, considerando che due delle unità intervistate possiedono rispettivamente 10 e 20 addetti, si può ragionevolmente affermare che la media degli addetti impiegati nelle “piccole” agenzie investigative padovane conta circa 2 persone (Tabella 5.10).

Del totale degli addetti, il 9% circa, è costituito da familiari del titolare che coadiuvano nell'attività di investigazione. Si nota una certa differenza tra le agenzie situate in città e quelle della provincia: le prime infatti impiegano un numero di familiari pari al 5%, mentre le seconde ne impiegano più del doppio, il 12% circa.

Per quanto riguarda le tipologie di contratti di assunzione, poco più della metà degli addetti di un'agenzia investigativa è assunta con contratto a tempo indeterminato (57,4%) (Tabella 5.11); si evidenziano le agenzie della provincia, che hanno assunto il 70% degli addetti con questo contratto, contro il 40% degli addetti impiegati in agenzie "cittadine".

**Tabella 5.10** *Numero medio di addetti e percentuale di famigliari sul totale degli addetti impiegati nelle imprese intervistate di Padova e Provincia.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Addetti per unità locale	4,8	5,8	<b>5,3</b>
Percentuale di famigliari coadiuvanti	5,0	11,7	<b>8,7</b>

**Tabella 5.11** *Distribuzione percentuale degli addetti delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di contratto di assunzione.*

<b>Tipo di contratto</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
A tempo indeterminato	41,7	70,0	<b>57,4</b>
A tempo determinato	18,3	0,0	<b>8,1</b>
<i>Part -time</i>	0,0	5,0	<b>2,8</b>
Apprendistato/Di formazione lavoro	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Lavoro temporaneo	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Atipico (co. co. co, a progetto, ecc..)	8,3	15,0	<b>12,0</b>

### ***I servizi offerti***

Tutte le agenzie investigative padovane svolgono indagini familiari (infedeltà di coppia, tutela minori: comportamenti e amicizie, ricerca persone scomparse, informazioni pre – matrimoniali, ecc.) e patrimoniali (indagini

societarie, solvibilità, affidabilità e servizi sul credito, ricerca di beni pignorabili su debitori insolventi, assegni di mantenimento di coniugi in lite, ecc.) (Tabella 5.12). Poco più della metà svolge anche indagini giudiziarie o penali, cioè l'attività di supporto alla difesa in procedimenti giudiziari o penali.

**Tabella 5.12** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di servizio offerto.*

<b>Servizi offerti</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Indagini familiari	100,0	100,0	<b>100,0</b>
Indagini giudiziarie	50,0	60,0	<b>55,6</b>
Indagini patrimoniali	100,0	100,0	<b>100,0</b>
Altri servizi	25,0	100,0	<b>66,7</b>
<i>(n)</i>	<i>(4)</i>	<i>(5)</i>	<i>(9)</i>

Il 67% circa delle imprese padovane svolgono anche altri servizi tra i quali quelli prevalentemente menzionati durante le interviste sono: indagini commerciali (assenteismo dal posto di lavoro, controspionaggio industriale, difesa marchi e brevetti, frodi in commercio, concorrenza sleale, ecc.), bonifiche ambientali e tecnologiche, realizzazione di programmi informatici per la tutela di informazioni commerciali. Si nota che tutte le imprese della provincia svolgono questi altri servizi, contro il 25% delle agenzie situate in città.

### ***L'andamento delle imprese nell'ultimo anno***

Durante l'intervista è stato chiesto in quale misura fossero stati raggiunti gli obiettivi aziendali prefissati considerando l'andamento dell'impresa negli ultimi dodici mesi; si nota che la totalità delle imprese situate nel territorio della provincia hanno dichiarato di aver raggiunto all'incirca tutti gli obiettivi prefissati, contro il 75% delle imprese situate in città (Tabella 5.13).



Per quanto riguarda i movimenti avvenuti nell'ultimo anno all'interno dell'organico delle agenzie investigative padovane, tutte le agenzie della provincia non hanno avuto movimenti, mentre il 33% circa delle imprese situate in città hanno registrato un normale *turnover* (Tabella 5.14).

**Tabella 5.13** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia secondo che abbiano raggiunto gli obiettivi attesi nei 12 mesi precedenti l'intervista.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Meglio del previsto	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Risultati desiderati all'incirca	75,0	100,0	<b>88,9</b>
Mancato vari obiettivi	25,0	0,0	<b>11,1</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(4)</i>	<i>(5)</i>	<i>(9)</i>

**Tabella 5.14** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti avvenuti all'interno dell'organico durante i 12 mesi precedenti l'intervista.*

<b>Movimenti avvenuti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Uscite	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Assunzioni	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Entrambe	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Solo <i>turnover</i>	33,3	0,0	<b>14,3</b>
Nessuna variazione	66,7	100,0	<b>85,7</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(3)</i>	<i>(4)</i>	<i>(7)</i>

### ***Le prospettive per il futuro***

Per quanto riguarda le previsioni per il futuro a breve e medio termine, il 30% circa delle agenzie investigative padovane ha intenzione di investire parte degli utili nella ristrutturazione o nell'acquisizione di nuovi locali, il 30% non

prevede alcun tipo di investimento ed il 14% ritiene di aver già investito a sufficienza (Tabella 5.15).

**Tabella 5.15** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per investimenti nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Intenzionati ad investire	0,0	50,0	<b>28,6</b>
Non intenzionati ad investire	33,3	25,0	<b>28,6</b>
Hanno già investito a sufficienza	0,0	25,0	<b>14,3</b>
Non sa / Dipende	66,7	0,0	<b>28,6</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(3)</i>	<i>(4)</i>	<i>(7)</i>

Per quanto riguarda i movimenti previsti nell'organico a breve e a medio termine, il 43% delle imprese prevede di assumere nuovo personale (Tabella 5.16). Le imprese che prevedono assunzioni di nuovo personale a breve o medio termine (entro sei mesi o due anni), assumeranno in media una persona.

Le figure professionali cercate sono l'investigatore, il segretario ed il consulente tecnico (cfr. paragrafo 5.2.2).

**Tabella 5.16** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti previsti all'interno dell'organico nei prossimi 2 anni.*

<b>Movimenti previsti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Assunzioni	33,3	50,0	<b>42,9</b>
Uscite	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Solo <i>turnover</i>	33,3	0,0	<b>14,3</b>
Nessuna variazione	33,3	0,0	<b>14,3</b>
Non sa / Dipende	0,0	50,0	<b>28,6</b>
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<i>(n)</i>	<i>(3)</i>	<i>(4)</i>	<i>(7)</i>

## 5.2.2 Agenzie investigative padovane: le professioni

Il personale delle agenzie investigative intervistate si distribuisce all'interno di un'unica area funzionale. Le figure professionali individuate sono sostanzialmente tre: l'investigatore, il segretario, il consulente tecnico.

### *L'investigatore*

Negli studi investigativi interpellati, la totalità dei titolari è un investigatore privato.

Quella dell'investigatore è una figura molto complessa da descrivere, sia dal punto di vista delle mansioni svolte, sia delle competenze sia della preparazione scolastica da possedere.

Quella dell'investigatore è la classica professione che tutti credono di conoscere, ispirati magari dai racconti di Agata Christie e di Arthur Conan Doyle, ma che soltanto poche persone sanno comprendere realmente e questo è dovuto, molto probabilmente, al fatto che in Italia dell'investigatore privato se ne parla davvero poco, o quasi per niente.

Nel nostro Paese infatti questa figura è stata sempre ignorata, soprattutto dal punto di vista professionale, e soltanto con il provvedimento n. 397 del 7 dicembre 2000, entrato in vigore il 18 gennaio 2001, ha assunto una certa importanza, ottenendo il riconoscimento normativo di figura professionale di utile supporto al difensore nella ricerca di elementi difensivi.

Nonostante questo, dalle interviste svolte, e dal dibattito creatosi in occasione del *focus group*, è emersa una generale scontentezza da parte delle persone che svolgono questa professione, per la totale inesistenza di qualsiasi forma di regolamentazione della professione. Manca ancora, infatti, l'istituzione dell'Ordine Professionale e del relativo Albo che contribuirebbe a garantire la qualità del servizio. Inoltre risponderebbe al bisogno privato di informazione, nel rispetto dei principi costituzionali e con l'osservanza delle norme di legge dettate a tutela della personalità e riservatezza altrui e

normerebbe l'attività di investigazione al rispetto della verità e della completezza dell'informazione, nonché del segreto professionale.

L'unica forma di regolamentazione e di garanzia di qualità della professione esistente è la licenza che il Prefetto può concedere per l'esercizio dell'attività.

Di conseguenza, si può capire come, non essendo particolarmente conosciuta e tanto meno regolarizzata e tutelata, questa professione non abbia ottenuto ancora una adeguata considerazione da scuole e Università<sup>76</sup>.

In effetti, dalle interviste svolte, sembrerebbe che gli unici requisiti necessari per svolgere l'attività, siano la passione per la professione e l'esperienza, perché alcune mansioni tipiche dell'investigatore, come i pedinamenti, il muoversi passando inosservato, il saper richiedere e procurarsi documentazioni varie, il saper parlare con la gente capendo molto di più di quello che viene detto, si possono imparare bene soltanto con l'esperienza e con l'affiancamento di un investigatore con esperienza. Inoltre sono necessarie doti personali particolari, come l'intuito, il sospetto, l'incertezza, l'umiltà, la logica oltre al "fiuto" ed al metodo. Il mestiere dell'investigatore quindi in parte si apprende, in parte è innato, o, per meglio dire, può essere perfezionato col possesso di doti personali.

A causa di questa individualità del ruolo, non è possibile tracciare un profilo comune e generale dell'investigatore privato perché ciascuno ha un suo proprio stile, possiede un metodo, agisce in un contesto, predilige questo o quel procedimento, presenta analogie e differenze nei confronti di altri membri della congrega nati prima o dopo di lui e dunque semmai si ispira ad altri personaggi o li ispira (Bravi, 2002).

Tuttavia, l'investigatore deve adeguarsi all'epoca in cui vive, aggiornandosi su nuovi metodi, nuove tecnologie, nuovi progressi della scienza che possono essere utili a velocizzare e ad agevolare il mestiere investigativo.

---

<sup>76</sup> Ad oggi esiste il corso di Laurea di primo livello in Scienze dell'investigazione istituito dal 2001 presso l'Università de L'Aquila ed il corso di perfezionamento e aggiornamento professionale in Scienze dell'investigazione dell'Università di Trieste.

Quella dell'investigatore è, infatti, una figura estremamente poliedrica: psicologo, chimico, giurista, esperto di audiovisivi.

E' proprio in questo ambito che, secondo gli investigatori intervistati, la scuola o l'università potrebbero fare molto per preparare adeguatamente un giovane ad entrare nel mondo dell'investigazione, soprattutto per ciò che concerne una preparazione teorica in campo legale, psicologico, chimico, informatico e delle telecomunicazioni. Non si esclude poi che il percorso di studi potrebbe essere adeguatamente concluso con un periodo di praticantato presso un vero studio di investigazione durante il quale un giovane laureato o diplomato potrebbe imparare trucchi e tecniche per completare la sua preparazione nel campo investigativo.

### ***Il Segretario***

In uno studio investigativo, il Segretario svolge le classiche mansioni della gestione agenda, cioè telefonate, appuntamenti, organizzazione riunioni, battitura testi, fotocopie, fax, e-mail, smistamento posta ecc.. Un'altra importante mansione di questa figura è quella di tenere i contatti con la clientela, facendo da mediatore tra questi ed il titolare o l'investigatore collaboratore che segue il caso. Spesso inoltre si occupa dell'elaborazione di buste paga (paghe, contributi, modelli fiscali) e della gestione generale della contabilità e dell'amministrazione (prima nota, contabilità generale, contabilità clienti, fatturazione, bollettazione, predisposizione bilancio di fine anno). Infine in alcuni casi può essere iniziato all'attività di investigatore privato per coadiuvare il titolare nella sua attività.

Per poter svolgere questa professione non è necessario possedere un particolare titolo di studio, ma, tra tutti, è preferibile un diploma di tecnico commerciale o di ragioneria.

E' preferibile una discreta conoscenza della lingua inglese, sia scritta che parlata ed un'ottima conoscenza dei maggiori sistemi applicativi (pacchetto Office, Browser per Internet e posta elettronica).

A livello caratteriale è fondamentale il possesso di ottime doti di comunicazione, di cortesia e di gentilezza al fine di trattare con i clienti. Deve essere inoltre dotato di dinamismo, flessibilità e riservatezza, nonché di ottime capacità organizzative, capacità di lavorare in modo autonomo e cura di sé nel modo di presentarsi.

### ***Il consulente tecnico***

E' esperto nelle tecnologie informatiche e delle telecomunicazioni, nella chimica e nella medicina; conosce ed è in grado di installare, usare e riparare i più avanzati sistemi di videosorveglianza (sistemi ottici miniaturizzati, microspie, sistemi di registrazione via radio e via cavo) e di sicurezza e sa effettuare analisi di laboratorio interpretandone i risultati.

E' una figura che svolge una funzione di supporto all'attività dell'investigatore privato ed è la professionalità che, secondo gli investigatori intervistati, potrebbe essere formata all'università.

E' preferibile il possesso di una Laurea in Ingegneria Informatica, delle Telecomunicazioni o Chimica; bisogna conoscere bene la lingua inglese ed avere un'ottima conoscenza di tutti i maggiori sistemi tecnologici di sicurezza e di sorveglianza.

Dal punto di vista personale bisogna essere disposti a lavorare anche fuori orario, possedere professionalità e serietà e una forte tendenza all'autoaggiornamento sugli argomenti inerenti la professione.

Si sottolinea che, data la natura prevalentemente consulenziale di questa figura, molto spesso chi svolge questa professione fa parte di studi tecnici esterni con i quali l'investigatore privato intrattiene rapporti di collaborazione, ma non è raro che questa persona faccia parte dello *staff* interno di collaboratori assunti direttamente dallo studio investigativo.

### 5.2.3 Le imprese di vigilanza privata padovane: struttura e dinamica

Secondo gli elenchi della CCIAA le imprese che erogano servizi di vigilanza nel territorio padovano sono 4. Conglobando a queste imprese anche l'elenco di nominativi che compaiono sulle Pagine Gialle e su altri elenchi reperiti da *Internet*, la popolazione totale di istituti di vigilanza in Padova e provincia conta circa 13 unità.

Con l'obiettivo di conoscere il più a fondo possibile la realtà di queste imprese, ed in particolare la loro struttura interna e le figure professionali in esse presenti, sono state raccolte le informazioni in occasione di un *focus group* e di 9 interviste telefoniche (Tabella 5.17).

**Tabella 5.17** Informazioni raccolte dall'Ascom Padova presso le imprese di vigilanza padovane.

<b>Tecnica di rilevazione</b>	<b>Campione</b>	<b>Unità non pertinenti</b>	<b>Rifiuti</b>	<b>Interviste concluse</b>
<i>Focus Group</i>	4	0	0	4
Telefoniche	9	1	3	5
<b><i>Totale</i></b>	<b><i>13</i></b>	<b><i>1</i></b>	<b><i>3</i></b>	<b><i>9</i></b>

#### ***La struttura e l'organizzazione***

Le imprese di vigilanza situate nella città di Padova sono mediamente più “anziane” rispetto alle aziende insediate nel territorio della Provincia (Tabella 5.18); si nota infatti che tutte le imprese “cittadine” hanno cominciato l'attività di vigilanza prima del 1990, mentre solo il 20% delle imprese della provincia sono sorte prima di quell'anno. Inoltre più della metà delle imprese situate in provincia sono “giovanissime”, avendo cominciato la propria attività dopo il 2000. Questa recente espansione dell'attività nelle zone circostanti la città,

potrebbe essere dovuta al fatto che la domanda di servizi di sicurezza è in crescita, ma che il territorio cittadino è già adeguatamente servito dalle “veterane” del settore.

**Tabella 5.18** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per anno di inizio attività.*

<b>Anno di inizio attività</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Prima del 1980	50,0	0,0	<b>22,2</b>
1980 - 1990	50,0	20,0	<b>33,3</b>
1990 - 2000	0,0	20,0	<b>11,1</b>
Dopo il 2000	0,0	60,0	<b>33,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(4)</i>	<i>(5)</i>	<i>(9)</i>

Quasi l’80% delle imprese è già certificato, mentre il restante 20% ha in programma di richiedere la certificazione di qualità entro un anno (Tabella 5.19). Quest’ultima percentuale si riferisce ad una parte (il 40%) delle imprese che hanno sede nel territorio della provincia di Padova e si può spiegare probabilmente tenendo conto che molte di queste imprese hanno cominciato l’attività da pochi anni.

**Tabella 5.19** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per situazione attuale rispetto alla certificazione.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Già certificata	100,0	60,0	<b>77,8</b>
In via di certificazione	0,0	0,0	<b>0,0</b>
La cert. è in programma	0,0	40,0	<b>22,2</b>
La cert. non è rilevante	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Non è certificata	0,0	0,0	<b>0,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(4)</i>	<i>(5)</i>	<i>(9)</i>



Si nota che nessuna delle imprese interpellate è non certificata, oppure ritiene la certificazione non rilevante; l'ottenimento della certificazione di qualità viene considerata infatti, in questo settore, quasi una procedura standard, utile e necessaria a garantire il livello del servizio svolto non soltanto alla clientela, ma anche ai dipendenti interni all'azienda.

Per quanto riguarda l'organizzazione in una o più unità locali, è emerso che le imprese situate in città, quelle cioè che hanno cominciato l'attività da più anni e che sono tutte certificate, possiedono tutte più di una unità locale, situate prevalentemente in altre province venete o del Nord – Est, ma in alcuni casi anche in tutta Italia (Tabella 5.20). Le imprese della provincia invece possiedono, nella maggior parte dei casi (66,7%), una sola unità locale, ma questo è spiegabile sempre tenendo conto della loro “giovane età”.

**Tabella 5.20** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di più di una unità locale o filiale nel territorio italiano.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha più di una unità locale	100,0	33,3	<b>60,0</b>
Ha solo una unità locale	0,0	66,7	<b>40,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(2)</i>	<i>(3)</i>	<i>(5)</i>

**Tabella 5.21** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di un sito internet.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha un sito internet	100,0	40,0	<b>66,7</b>
Non ha un sito internet	0,0	40,0	<b>22,2</b>
Il sito è in via di realizzazione	0,0	20,0	<b>11,1</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(4)</i>	<i>(5)</i>	<i>(9)</i>

Considerando la distribuzione delle imprese intervistate secondo il possesso di un proprio sito internet, si riscontra ancora una volta la differenza tra le imprese della città, le quali possiedono tutte un sito internet e godono quindi di una forte presenza, oltre che in altri mezzi di veicolazione pubblicitaria, anche in rete, e le imprese della Provincia, che nel 40% dei casi non possiedono ancora un proprio sito internet, mentre nel 20% dei casi lo stanno realizzando (Tabella 5.21).

Per quanto riguarda l'iscrizione ad associazioni di categoria, la metà circa delle imprese è iscritta (Tabella 5.22); le associazioni di categoria prevalentemente nominate sono state: UPA (Unione Provinciale Artigiani), Unindustria (associazione della piccola e media impresa padovana), CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della piccola e media impresa) e Confcooperative (Confederazione Cooperative Italiane)<sup>77</sup>.

**Tabella 5.22** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per iscrizione ad associazioni di categoria.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
E' iscritta	75,0	40,0	<b>55,6</b>
Non è iscritta	0,0	40,0	<b>22,2</b>
Non sa	25,0	20,0	<b>22,2</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(4)</i>	<i>(5)</i>	<i>(9)</i>

### ***Il personale***

Osservando la tabella 5.23 si può notare la grossa differenza, più volte sottolineata precedentemente, che sussiste tra le aziende della città e quelle della provincia anche in termini del numero di addetti. Infatti la media di addetti nel Comune di Padova è di 234 persone, mentre in provincia è di 36. Se

<sup>77</sup> Per ulteriori informazioni sulle associazioni di categoria, consultare il Glossario a pag. 267.

si calcola la stessa media, eliminando l'unità che conta il numero più alto di addetti (ben 550), la differenza resta comunque alta perché le imprese del Comune contano 96 addetti contro i 36 della Provincia.

Per quanto riguarda i famigliari coadiuvanti, si nota che questi sono impiegati soltanto nelle imprese della Provincia e tuttavia la percentuale è molto bassa (0,7%).

**Tabella 5.23** *Numero medio di addetti e di famigliari e percentuale di famigliari sul totale degli addetti impiegati nelle imprese intervistate di Padova e Provincia.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Addetti per unità locale	233,8	36	<b>123,9</b>
(n)	(4)	(5)	(9)
Percentuale dei famigliari coadiuvanti	0,0	0,7	<b>0,4</b>

**Tabella 5.24** *Distribuzione percentuale degli addetti delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di contratto di assunzione.*

<b>Contratto</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
A tempo indeterminato	92,5	73,3	<b>81,9</b>
A tempo determinato	7,1	3,3	<b>5,0</b>
<i>Part -time</i>	0,5	5,3	<b>3,2</b>
Apprendistato/Di formazione lavoro	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Lavoro temporaneo	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Atipico (co.co.co, a progetto, ecc..)	0,0	51,3	<b>28,5</b>
(n)	(4)	(5)	(9)

Considerando invece i contratti di assunzione (Tabella 5.24), si nota che un'alta percentuale degli addetti (82% circa) sono assunti con contratto a tempo indeterminato, il 5% con contratto a tempo determinato, il 3% è *part -time*, mentre il 28% è assunto con contratti atipici (Co.Co.Co., a progetto, ecc.).

Questi ultimi contratti vengono utilizzati solo dalle imprese della Provincia che impiegano così la metà dei propri addetti.

### *I servizi offerti*

Le imprese di vigilanza padovane svolgono tutte servizi di piantonamento (presidio fisso di un obiettivo da parte di una o più Guardie Particolari Giurate collegate costantemente con la Centrale Operativa) e di video sorveglianza (Tabella 5.25). L'80% circa svolge consulenza per l'installazione di impianti d'allarme; tutte le imprese della città svolgono questo servizio, contro il 60% delle imprese in provincia. Il 66,7% svolge servizio di scorta antirapina ed il 55,6% esegue trasporto e scorta valori.

Le percentuali più alte appartengono tutte alle imprese situate in città (tabella 5.26), le quali offrono quindi, in percentuale maggiore rispetto alle aziende della provincia, una gamma più ampia di servizi.

Il 66,7% delle imprese inoltre svolge anche altri servizi tra i quali si evidenziano quelli di: controllo e pronto intervento, telesoccorso, localizzazione satellitare, pattugliamento anticrimine diurno.

**Tabella 5.25** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e provincia per tipo di servizio offerto.*

<b>Servizi offerti</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Piantonamento	100,0	100,0	<b>100,0</b>
Trasporto e scorta valori	75,0	40,0	<b>55,6</b>
Servizio di scorta antirapina	75,0	60,0	<b>66,7</b>
Video sorveglianza	100,0	100,0	<b>100,0</b>
Consulenza impianti d'allarme	100,0	60,0	<b>77,8</b>
Altri servizi	75,0	60,0	<b>66,7</b>
<i>(n)</i>	<i>(4)</i>	<i>(5)</i>	<i>(9)</i>

### ***L'andamento delle imprese nell'ultimo anno***

Osservando la tabella 5.26 si nota un andamento tutto sommato positivo dell'ultimo anno; infatti poco più della metà delle imprese di vigilanza padovane ha dichiarato di aver raggiunto all'incirca tutti gli obiettivi prefissati all'inizio dell'anno, mentre il restante 44% ha espresso che i risultati raggiunti sono andati addirittura meglio del previsto. Nessuna delle imprese intervistate ha mancato uno o più degli obiettivi prefissati.

Si nota sorprendentemente che la differenza tra le imprese della Città e quelle della Provincia si è invertita: delle prime infatti, soltanto il 25% ha superato gli obiettivi prefissati, delle seconde invece ben il 60% ritiene che i risultati raggiunti nell'ultimo anno siano andati meglio del previsto. Questi risultati si possono ricondurre a due ordini di motivi: il primo è che le imprese della provincia, più giovani, ma anche più intraprendenti e competitive, stiano gradualmente invadendo il mercato accaparrandosi anche la clientela delle più "anziane"; il secondo è che, a fronte di grosse imprese esperte sul territorio, le giovani imprese della provincia abbiano prefissato obiettivi non troppo ambiziosi, i quali, vista la crescente richiesta di servizi registrata in quest'ultimo periodo dalle stesse imprese di vigilanza, siano stati ampiamente raggiunti e addirittura superati.

**Tabella 5.26** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia secondo che abbiano raggiunto gli obiettivi attesi nei 12 mesi precedenti l'intervista.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Meglio del previsto	25,0	60,0	<b>44,4</b>
Risultati desiderati all'incirca	75,0	40,0	<b>55,6</b>
Mancato vari obiettivi	0,0	0,0	<b>0,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(4)</i>	<i>(5)</i>	<i>(9)</i>

**Tabella 5.27** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti avvenuti all'interno dell'organico durante i 12 mesi precedenti l'intervista.*

<b>Movimenti avvenuti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Uscite	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Assunzioni	0,0	33,3	<b>20,0</b>
Solo <i>turnover</i>	100,0	66,7	<b>80,0</b>
Nessuna variazione	0,0	0,0	<b>0,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(2)</i>	<i>(3)</i>	<i>(5)</i>

Ad ogni modo l'andamento estremamente positivo riscontrato nell'ultimo anno, soprattutto in Provincia, viene confermato anche dai movimenti avvenuti, sempre nell'ultimo anno, all'interno dell'organico di queste imprese (Tabella 5.27).

Si nota infatti che, mentre in città sono stati segnalati soltanto movimenti di normale *turnover*, in provincia il 33% delle imprese ha effettuato anche delle assunzioni, il che significa aumento del personale e quindi del lavoro svolto. In particolare sono stati assunti 20 nuovi elementi da inserire nell'area operativa come Guardie Giurate. Si nota inoltre che non sono state segnalate uscite di personale né in città, né in provincia.

### ***Le prospettive per il futuro***

A fronte dell'andamento positivo dell'ultimo anno, in generale le prospettive per il futuro sembrano piuttosto rosee.

Il 20% delle imprese di vigilanza padovane ha intenzione infatti di investire parte degli utili nella ristrutturazione o nell'acquisizione di nuovi locali, solo il 40% non prevede investimenti di questo tipo, mentre il restante 40% non si sente ancora in grado di dirlo (Tabella 5.28).

**Tabella 5.28** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per investimenti nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Intenzionati ad investire	0,0	33,3	<b>20,0</b>
Non intenzionati ad investire	0,0	66,7	<b>40,0</b>
Hanno già investito a sufficienza	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Non sa / Dipende	100,0	0,0	<b>40,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(2)</i>	<i>(3)</i>	<i>(5)</i>

**Tabella 5.29** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti previsti all'interno dell'organico nei prossimi 2 anni.*

<b>Movimenti previsti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Assunzioni	100,0	66,7	<b>80,0</b>
Uscite	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Solo <i>turnover</i>	0,0	33,3	<b>20,0</b>
Nessuna variazione	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Non sa / Dipende	0,0	0,0	<b>0,0</b>
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<i>(n)</i>	<i>(2)</i>	<i>(3)</i>	<i>(5)</i>

Le buone prospettive vengono confermate dalla tabella 5.29 dalla quale risulta che l'80% delle imprese prevede di effettuare assunzioni nel breve o medio periodo; in media si prevede l'assunzione di 16 persone per azienda, da inserire tutte nell'area operativa come Guardie Giurate.

### 5.2.4 Le imprese di vigilanza privata padovane: le professioni

Il personale delle imprese di vigilanza intervistate si distribuisce generalmente all'interno di quattro aree funzionali:

- Direzione,
- Amministrazione,
- Erogazione dei servizi,
- Commerciale.

Le figure professionali individuate all'interno di ogni area funzionale, sono schematizzate nella tabella 5.30.

**Tabella 5.30** Ripartizione delle figure professionali individuate durante le interviste per area funzionale.

Area funzionale	Figure professionali individuate
Direzione	Titolare o Direttore
Amministrazione	Responsabile amministrativo Impiegato amministrativo Responsabile del personale Responsabile dei servizi generali
Erogazione dei servizi	Guardie Giurate Responsabile della sicurezza Responsabile della qualità
Area commerciale	Responsabile commerciale Commerciale

- All'interno della **Direzione** vengono svolte tutte le mansioni legate alla gestione economica e strategica dell'azienda; è stata individuata la figura del Titolare o Direttore generale.



***Titolare / Direttore generale***

Il titolare svolge mansioni di supervisione e controllo su tutte le attività svolte comunicando con i Responsabili delle diverse aree e di decisione finale in merito a tutte le scelte operabili. Svolge inoltre attività di tipo commerciale, soprattutto con i clienti già acquisiti, e di rappresentanza.

In genere questa persona è diplomata o laureata in materie economiche o giuridiche, conosce bene l'inglese ed i principali programmi informatici; ha maturato una lunga esperienza nel campo dell'amministrazione e nel ramo commerciale.

- All'interno dell'**Amministrazione** vengono svolte tutte le attività riguardanti la gestione contabile dell'impresa e la gestione amministrativa del personale. In quest'area sono stati individuati il Responsabile amministrativo, le cui mansioni vengono in alcuni casi svolte dal titolare, l'impiegato amministrativo, il Responsabile del personale ed il Responsabile dei servizi generali (Paragrafo 5.2.4.1). Per la descrizione del Responsabile amministrativo e dell'Impiegato amministrativo, si rimanda al capitolo 4, paragrafo 4.2.2; per quella del Responsabile del Personale si rimanda sempre al Capitolo 4, paragrafo 4.2.4.1.

- All'interno dell'area **Erogazione dei servizi** sono stati individuati, oltre ovviamente alle Guardie Giurate, il Responsabile della sicurezza ed il Responsabile della qualità (Paragrafo 5.2.4.2).

- Nell'area **Commerciale** vengono svolte tutte quelle mansioni legate alla cura dei rapporti con la clientela, alla promozione ed alla vendita del servizio. In quest'area sono stati individuati il Responsabile commerciale ed il Commerciale (Paragrafo 5.2.4.3).

#### **5.2.4.1 Le figure professionali dell'area amministrativa**

##### ***Responsabile dei servizi generali***

Si tratta di una figura che sovrintende al corretto funzionamento delle varie attività operative. Il suo obiettivo è quello di garantire la piena efficienza del servizio erogato tramite uno scrupoloso ed attento controllo sui veicoli, sui mezzi e sulle strumentazioni utilizzate. Ha il compito quindi di curare i rapporti con i consulenti tecnici, organizzare gli appuntamenti per le manutenzioni dei veicoli e gestire le pratiche assicurative. Si occupa della logistica e degli acquisti (uniformi di ordinanza, armi, veicoli, sistemi di videosorveglianza, antifurti, ecc.). Deve inoltre stilare dei rapporti sul proprio operato periodicamente registrando entrate ed uscite e comunicare il tutto al Responsabile amministrativo. Può succedere che a questa figura venga affidato il compito di curare i rapporti umani con gli operatori e le Guardie Giurate, fungendo da intermediario tra loro ed il Responsabile del personale.

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un Diploma di scuola superiore, preferibilmente di Perito Meccanico o Elettrotecnico. E' necessario conoscere le norme assicurative legate a tutti i veicoli utilizzati, le normative sulla sicurezza e sulla qualità. La conoscenza della lingua inglese non è indispensabile, ma è necessaria una buona dimestichezza con i principali programmi informatici (Office, Browser per Internet, posta elettronica).

Dal punto di vista caratteriale bisogna possedere doti organizzative e di *leadership*, dialettica, puntualità, orientamento al lavoro per obiettivi e scadenze, flessibilità e dinamicità.

#### **5.2.4.2 Le figure professionali dell'area Erogazione dei Servizi**

##### ***Responsabile della sicurezza***

L'obiettivo di questa figura, chiamata anche Responsabile operativo, è quello di garantire l'efficienza e l'efficacia dei processi di produzione dei

servizi nel rispetto delle normative che regolano le attività di vigilanza, di sorveglianza e di sicurezza e nel rispetto dei *budget* aziendali. Svolge perciò tutte quelle mansioni legate all'ottimizzazione dei tempi e delle risorse materiali ed umane affinché il servizio, svolto a norma di legge, soddisfi appieno non solo il cliente, ma anche l'impresa interna. Si occupa perciò di svolgere un'analisi accurata delle esigenze del cliente, ponderandole con le possibilità offerte dal servizio della propria azienda. Contratta con il cliente il "pacchetto" personalizzato di prestazioni erogabili, stabilendone infine la fattibilità o meno.

Una volta decisa l'attuabilità del servizio, il Responsabile operativo si incarica di accompagnare gli operatori e/o le Guardie Giurate sul posto di lavoro, prestando assistenza tecnica ed operativa all'installazione degli impianti presso il cliente e coordinandone i necessari collaudi. Una volta reso operativo il servizio se ne assume la totale responsabilità, quindi si occupa di gestire ed organizzare gli operatori risolvendo gli eventuali problemi; svolge monitoraggi e verifiche periodiche sui processi operativi adottando anche funzioni di controllo e supervisione. Spesso inoltre svolge funzioni di affiancamento e formazione ai neo – assunti.

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un diploma, preferibilmente di tipo tecnico. E' preferibile una discreta conoscenza della lingua inglese, mentre è necessaria un'ottima conoscenza dei sistemi di videosorveglianza e dei principali programmi informatici. Deve possedere un'ampia esperienza operativa sul campo (non è raro infatti che questo ruolo venga ricoperto da una ex Guardia Giurata). Bisogna conoscere le normative che regolano le attività svolte, le normative di sicurezza e di qualità; bisogna possedere inoltre un'ottima conoscenza dei processi produttivi ed essere in grado di operare in un'ottica di miglioramento dei livelli esistenti di efficacia ed efficienza.

Dal punto di vista personale bisogna possedere buone doti relazionali e commerciali, doti carismatiche e capacità di coordinare ed organizzare il lavoro degli altri, orientamento al lavoro di gruppo ed allo sviluppo dei collaboratori.

### ***Responsabile della qualità***

La figura si occupa di gestire tutte le procedure necessarie per una corretta applicazione del manuale della qualità. Opera quindi a stretto contatto con il Responsabile operativo e con il Responsabile servizi generali. Svolge inoltre *audit* interni ed in alcuni casi si occupa di monitorare la qualità percepita dal cliente, svolgendo analisi ed indagini statistiche in ottica di *customer satisfaction* al fine di rendere i servizi erogati sempre più soddisfacenti ed appetibili.

Per svolgere questa professione è preferibile possedere una Laurea in Ingegneria; conoscere bene la lingua inglese ed i principali programmi informatici. Bisogna avere competenze in materie di *marketing* e di *customer satisfaction*.

Dal punto di vista personale bisogna essere in grado di lavorare in gruppo, possedere buone doti comunicative, flessibilità e mentalità aperta, ottime doti organizzative e capacità di lavorare per obiettivi.

### ***Guardia Giurata***

La guardia giurata è una persona delegata dalla legge a svolgere questo lavoro; lavora per prevenire reati contro beni, mobili ed immobili (case, banche, enti pubblici, ecc...).

Quello della guardia giurata è un lavoro di responsabilità, sia per il tipo di mansioni che svolge, sia perché, concretamente, il suo operato non viene controllato da nessuno. Questa situazione comporta che la guardia giurata sia la sola responsabile della qualità e dell'efficacia del servizio che offre al cliente.

E' un lavoro inoltre che comporta qualche rischio, soprattutto per le guardie assegnate alla vigilanza dei furgoni porta valori. Esse sono comunque tutelate e dotate di un giubbotto antiproiettile e di porto d'armi che consente loro di portare una pistola, da utilizzare comunque solo in caso di legittima difesa.

La guardia giurata deve possedere due qualità, fondamentali per questo lavoro. La prima è la razionalità, unita ad una buona dose di freddezza e controllo dei nervi: una guardia giurata non deve avere un'eccessiva paura del

pericolo, ma nemmeno troppa impulsività e "foga" nell'agire senza prima aver pensato a tutte le alternative possibili ed alle loro rispettive conseguenze. La seconda è che la guardia giurata deve avere una grande capacità di osservazione, perché buona parte del suo lavoro richiede l'abilità di vedere e capire subito cosa succede intorno a sé.

Altre caratteristiche importanti che una guardia giurata deve possedere sono la capacità di prendere decisioni importanti in breve tempo e l'ottima conoscenza del computer e della tecnologia in generale.

Anche in questo settore serve sempre più una specializzazione, infatti una guardia giurata deve saper spiegare ad un cliente come funziona un dispositivo di allarme e deve anche riuscire ad individuare ed eliminare un probabile guasto nel sistema.

La guardia giurata ha un continuo rapporto con il pubblico esterno, è quindi preferibile una persona con un certo grado di istruzione. Frequentemente il livello è quello di scuola media superiore.

In questo lavoro si usano molto le tecnologie antifurto quindi sarebbe preferibile un diploma di perito tecnico informatico. (Dal sito del Sindacato Unitario Lavoratori Polizia Municipale<sup>78</sup>).

### **5.2.4.3 Le figure professionali dell'area Commerciale**

#### ***Responsabile commerciale***

La *mission* del Direttore o Responsabile commerciale consiste nel realizzare le politiche aziendali di vendita dei propri servizi e di coordinare la rete di vendita e di assistenza. In particolare si occupa di: coordinare un *team* di collaboratori attraverso i quali analizzare la rete distributiva, individuando criticità e punti di miglioramento, nonché i movimenti della concorrenza sul territorio. Partecipa inoltre alla definizione ed alla realizzazione delle strategie di sviluppo commerciale; gestisce programmi e azioni derivanti dalle attività

---

<sup>78</sup> [www.sulpm.it](http://www.sulpm.it)

promozionali e pubblicitarie in atto; si occupa di monitorare i risultati commerciali della struttura attraverso adeguati strumenti di controllo su base informatica.

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un diploma di tecnico commerciale o di ragioneria, ma viene largamente preferita la laurea, anche di primo livello, in ambito economico – finanziario; è preferibile la conoscenza dell'inglese, sia scritto che parlato, mentre è necessaria un'ottima conoscenza del pacchetto Office, in particolare dei fogli di calcolo Excel ed Access.

Per quanto riguarda le competenze specifiche, è fondamentale conoscere il mercato di riferimento e la gamma di servizi e possibilità offerte dall'azienda, possedere managerialità e qualità d'approccio, una buona padronanza delle tecniche commerciali, di negoziazione e di *budgeting* (capacità di fare previsioni e di analisi dei clienti).

Dal punto di vista personale invece è importante per questa figura saper lavorare in *team* e per obiettivi, possedere ottime capacità di organizzazione e di pianificazione del proprio lavoro, essere dinamici, puntuali e disponibili a frequenti spostamenti sul territorio provinciale.

### ***Commerciale***

L'attività del Commerciale consiste nello sviluppare e monitorare il portafoglio clienti, tramite visite periodiche presso la clientela potenziale e già acquisita. Le sue mansioni consistono nell'illustrare ai clienti i servizi svolti dall'impresa ed i vantaggi ad essi connessi, nell'aggiornarli su eventuali nuovi servizi e nel fornire assistenza e cura alla clientela in un'ottica di fidelizzazione della stessa. Ha il compito inoltre di monitorare il mercato e le azioni della concorrenza. Risponde direttamente al Responsabile commerciale ed è da lui che riceve direttive sul gruppo di clienti o sulla zona da monitorare.

Per svolgere questa professione è necessario possedere almeno un diploma di tecnico commerciale o di ragioneria, ma viene largamente preferita la laurea, anche di primo livello, in ambito economico o giuridico; è preferibile la conoscenza dell'inglese, sia scritto che parlato, mentre è necessaria

un'ottima conoscenza del pacchetto Office, in particolare dei fogli di calcolo Excel ed Access.

Per quanto riguarda le competenze specifiche, è fondamentale conoscere il mercato di riferimento, possedere una buona padronanza delle tecniche commerciali, di negoziazione e di *budgeting* (capacità di fare previsioni e di analisi dei clienti).

Per questa figura è importante saper lavorare in *team* e per obiettivi, possedere ottime capacità di organizzazione e di pianificazione del proprio lavoro, essere dinamici, puntuali e disponibili a frequenti spostamenti sul territorio provinciale.

### **5.3 Attività di pulizia e disinfestazione: cenni legislativi**

La legge n.82 del 25/01/1994 disciplina le attività di pulizia, di disinfezione, di disinfestazione, di derattizzazione e di sanificazione definendo le attività disciplinate come segue:

- a) **attività di pulizia:** riguardano il complesso dei procedimenti e operazioni atti a rimuovere polveri, materiale non desiderato o sporczia da superfici, oggetti e ambienti confinanti e aree di pertinenza;
- b) **attività di disinfezione:** riguardano il complesso dei procedimenti e operazioni atti a rendere sani determinati ambienti confinanti e aree di pertinenza mediante la distruzione o inattivazione di microrganismi patogeni;
- c) **attività di disinfestazione:** riguardano il complesso di procedimenti e operazioni atti a distruggere piccoli animali, in particolare artropodi, sia perchè parassiti, vettori o riserve di agenti infettivi, sia perchè molesti e specie vegetali non desiderate. La disinfestazione può essere integrale se rivolta a tutte le specie infestanti ovvero mirata se rivolta a singola specie;
- d) **attività di derattizzazione:** riguardano il complesso di procedimenti e operazioni di disinfestazione atti a determinare o la distruzione completa o la

riduzione del numero della popolazione dei ratti o dei topi al di sotto di una certa soglia;

e) **attività di sanificazione:** riguardano il complesso dei procedimenti e operazioni atti a rendere sani determinati ambienti mediante attività di pulizia e/o disinfezione e/o disinfestazione ovvero mediante il controllo e il miglioramento delle condizioni di microclima per quanto riguarda la temperatura, l'umidità e la ventilazione ovvero per quanto riguarda l'illuminazione e il rumore.

Le imprese artigiane di pulizia che esercitano le attività sopra descritte sono tenute ad iscriversi nell'Albo provinciale delle Imprese Artigiane subordinatamente al possesso di requisiti tecnico – professionali, di onorabilità, di capacità economico – finanziaria, di capacità tecniche ed organizzative, specificatamente descritti nel testo di legge.

Le imprese che svolgono le attività sopra descritte sono soggette a denuncia di inizio attività ai sensi del D. lgs. 112/98 e tenute a comunicare ogni variazione dei requisiti depositi.

Tali requisiti, specificamente indicati nell'Art. 2 della legge n. 82 del 1994 e nell'Art. 2 del Decreto n. 274 del 1997 si riassumono in requisiti di:

- onorabilità,
- capacità economico-finanziaria,
- capacità tecnico-organizzativa,
- capacità tecnico-professionali.

La capacità tecnico-organizzativa si ritiene avuta con il possesso di uno dei seguenti requisiti (Art.2 co.3 del D.M. 274/97):

- assolvimento dell'obbligo scolastico e svolgimento di un periodo di esperienza professionale qualificata nello specifico campo di attività, di almeno due anni nel caso di attività di pulizia e disinfezione e di almeno tre anni per le attività di disinfestazione, derattizzazione e sanificazione in qualità di dipendente qualificato, familiare collaboratore, socio partecipante al lavoro o titolare di impresa,
- attestato di qualifica a carattere tecnico attinente l'attività conseguito ai sensi della legislazione vigente in materia di formazione professionale



(biennio di chimica per le prime due categorie e nozioni di scienze o biologia per le rimanenti tre),

- diploma d'istruzione secondaria superiore in materia tecnica attinente all'attività (biennio di chimica per le prime due categorie e nozioni di scienze o biologia per le rimanenti tre),
- diploma universitario o di laurea in materia tecnica utile ai fini dello svolgimento dell'attività (dal sito internet della Camera di Commercio<sup>79</sup>).

### **5.3.1 Trent'anni di statistiche sulle attività di pulizia e disinfestazione**

Pur essendo state disciplinate dallo Stato piuttosto tardi (la legge n. 82 è del 1994), le attività di pulizia hanno cominciato ad essere oggetto di rilevazione da parte delle statistiche ufficiali a partire dal Censimento dell'industria e dei servizi del 1971.

Le tabelle ed i grafici successivi mostrano gli andamenti, a partire dal 1971, riscontrati nelle unità locali e nel numero di addetti impegnati in questo tipo di attività.

Si può notare un generale andamento di crescita e sviluppo in tutta Italia, nella quale le unità locali contate nel 2001 risultano 26.529 e gli addetti 333.611, dopo che sono aumentati, a partire dal 1971, di circa 13 volte (Tabella 5.31).

Per quanto riguarda i numeri riportati nelle singole ripartizioni geografiche del Paese, l'Italia nord – occidentale risulta essere la zona in cui il settore delle pulizie è più diffuso; si contano infatti 9.662 unità locali e 107.392 addetti, pari rispettivamente al 36% ed al 32% dei totali nazionali.

---

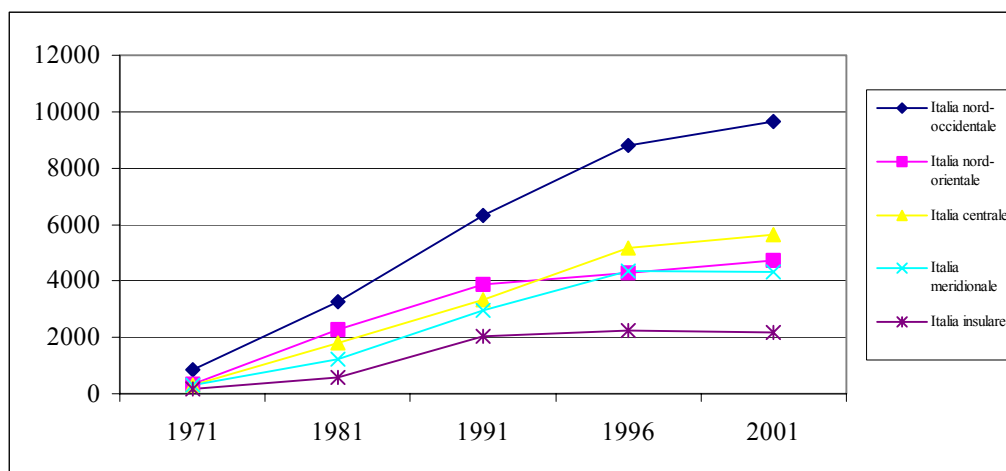
<sup>79</sup> Il testo di legge integro è consultabile nel dettaglio all'indirizzo internet: [http://www.cs.camcom.it/anagrafe\\_certificazione/dload/legge82\\_94.pdf](http://www.cs.camcom.it/anagrafe_certificazione/dload/legge82_94.pdf)

**Tabella 5.31** Numero di unità locali e addetti all'attività di pulizia e disinfestazione in Italia dal 1971 al 2001.

Ripartizione geografica		Anni				
		1971	1981	1991	1996	2001
Italia nord-occidentale	<i>Unità locali</i>	862	3.260	6.324	8.814	9.662
	<i>Addetti</i>	11.410	23.870	50.558	74.608	107.392
Italia nord-orientale	<i>Unità locali</i>	324	2.285	3.866	4.269	4.717
	<i>Addetti</i>	3.998	15.830	41.062	55.275	71.983
Italia centrale	<i>Unità locali</i>	318	1.817	3.324	5.157	5.636
	<i>Addetti</i>	6.030	15.837	35.970	51.403	76.437
Italia meridionale	<i>Unità locali</i>	316	1.216	2.972	4.347	4.326
	<i>Addetti</i>	3.622	11.482	25.667	38.390	58.718
Italia insulare	<i>Unità locali</i>	177	574	2.045	2.253	2.188
	<i>Addetti</i>	952	3.458	10.258	16.392	19.081
<b>Italia</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>1.997</b>	<b>9.152</b>	<b>18.531</b>	<b>24.840</b>	<b>26.529</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>26.012</b>	<b>70.477</b>	<b>163.515</b>	<b>236.068</b>	<b>333.611</b>
	<b><i>Media addetti</i></b>	<b>13,0</b>	<b>7,7</b>	<b>8,8</b>	<b>9,5</b>	<b>12,6</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1971 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

**Grafico 5.4** Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di pulizia e disinfestazione in Italia dal 1971 al 2001.



L'Italia nord – orientale si colloca, nel 2001, al terzo posto sia per il numero di unità locali, che per quello degli addetti. Quantunque il settore si stia ancora sviluppando, sembra che, dal 1991, la tendenza all'aumento stia

rallentando (Grafico 5.4), infatti, prima di quest'anno, il Nord – oriente si collocava al secondo posto superando l'Italia centrale.

Con riguardo specifico al Nord – est, si può osservare che l'Emilia Romagna ed il Veneto sono le Regioni in cui si registrano i numeri più alti sia di unità locali che di addetti (Tabella 5.32).

In particolare il Veneto con le sue 1.707 unità locali ed i suoi 23.070 addetti costituisce rispettivamente il 36% ed il 32% dei totali dell'Italia nord – orientale. La tendenza riscontrata è quella di una costante crescita che, pur dando qualche segno di rallentamento, non accenna ancora ad arrestarsi (Grafico 5.5).

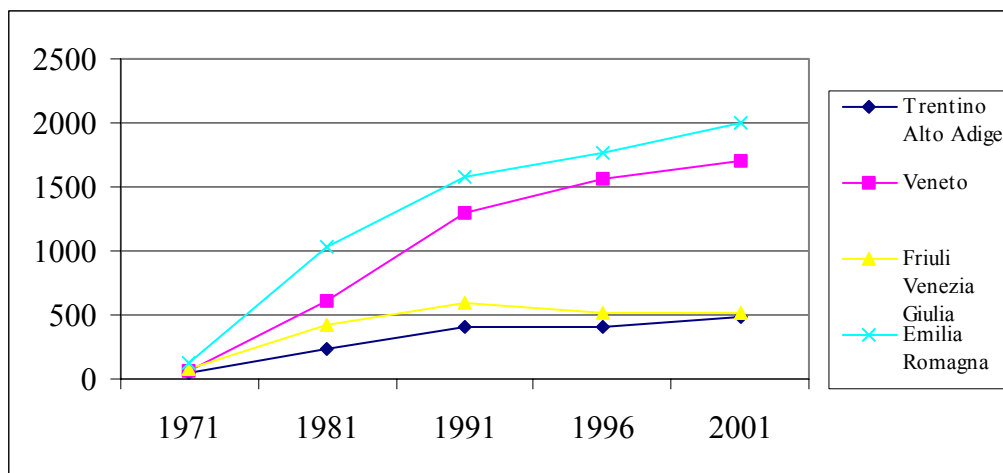
Nel Veneto, il settore è maggiormente diffuso nella provincia di Padova. Questa infatti ha registrato nel 2001 un numero di unità locali pari al 24% del totale regionale ed un numero di addetti pari al 17%.

**Tabella 5.32** Numero di unità locali e addetti all'attività di pulizia e disinfestazione in Italia nord – orientale dal 1971 al 2001.

Regione		Anni				
		1971	1981	1991	1996	2001
Trentino Alto Adige	<i>Unità locali</i>	50	231	401	414	489
	<i>Addetti</i>	159	843	3.707	4.700	6.943
Veneto	<i>Unità locali</i>	60	611	1.303	1.565	1.707
	<i>Addetti</i>	966	4.923	15.018	21.517	23.070
Friuli Venezia Giulia	<i>Unità locali</i>	85	417	589	518	516
	<i>Addetti</i>	1.333	2.863	5.045	7.653	9.096
Emilia Romagna	<i>Unità locali</i>	129	1.026	1.573	1.772	2.005
	<i>Addetti</i>	1.540	7.201	17.292	21.405	32.874
<b>Italia nord-orientale</b>	<b><i>Unità locali</i></b>	<b>324</b>	<b>2.285</b>	<b>3.866</b>	<b>4.269</b>	<b>4.717</b>
	<b><i>Addetti</i></b>	<b>3.998</b>	<b>15.830</b>	<b>41.062</b>	<b>55.275</b>	<b>71.983</b>
	<b><i>Media addetti</i></b>	<b>12,3</b>	<b>6,9</b>	<b>10,6</b>	<b>12,9</b>	<b>15,3</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1971 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

**Grafico 5.5** Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di pulizia e disinfestazione in Italia nord – orientale dal 1971 al 2001.

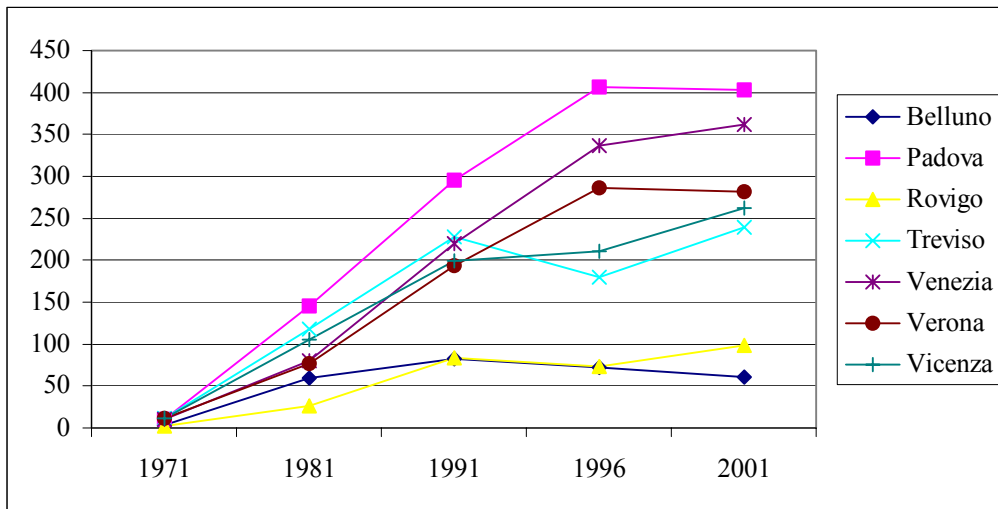


**Tabella 5.33** Numero di unità locali e addetti all'attività di pulizia e disinfestazione in Veneto dal 1971 al 2001.

Province		Anni				
		1971	1981	1991	1996	2001
Belluno	Unità locali	4	60	83	72	61
	Addetti	45	243	434	436	430
Padova	Unità locali	10	145	295	406	403
	Addetti	358	1.076	3.421	5.735	3.915
Rovigo	Unità locali	2	26	84	73	98
	Addetti	28	117	799	658	709
Treviso	Unità locali	11	118	228	180	239
	Addetti	35	278	2.301	2.741	3.338
Venezia	Unità locali	10	80	220	337	362
	Addetti	246	1.590	4.150	5.018	6.158
Verona	Unità locali	12	77	194	286	282
	Addetti	83	941	2.288	3.793	5.404
Vicenza	Unità locali	11	105	199	211	262
	Addetti	171	678	1.625	3.136	3.116
<b>Veneto</b>	<b>Unità locali</b>	<b>60</b>	<b>611</b>	<b>1.303</b>	<b>1.565</b>	<b>1.707</b>
	<b>Addetti</b>	<b>966</b>	<b>4.923</b>	<b>15.018</b>	<b>21.517</b>	<b>23.070</b>
	<b>Media addetti</b>	<b>16,1</b>	<b>8,1</b>	<b>11,5</b>	<b>13,7</b>	<b>13,5</b>

Fonte: ISTAT, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1971 al 2001; Censimento intermedio dell'industria e dei servizi del 1996.

**Grafico 5.6** Distribuzione delle unità locali impegnate nell'attività di pulizia e disinfestazione in Veneto dal 1971 al 2001.



## 5.4 Un'indagine sulle attività di pulizia e disinfestazione nel Padovano

Si presentano ora i risultati dell'indagine condotta nel settore dell'attività di pulizia e disinfestazione nella provincia di Padova mediante *focus group* e interviste telefoniche.

Nei prossimi paragrafi si presentano, separatamente, le descrizioni della struttura e dell'organizzazione di queste imprese, del loro personale, dell'andamento nell'ultimo anno e delle previsioni per i prossimi due anni (Paragrafo 5.4.1); si presentano inoltre le descrizioni delle figure professionali, delle rispettive mansioni e competenze, individuate all'interno dell'organico di queste imprese (Paragrafo 5.4.2).

### 5.4.1 Le imprese di pulizia e disinfestazione padovane: struttura e dinamica

Secondo gli elenchi della CCIAA le imprese che erogano servizi di vigilanza privata nel territorio padovano sono 258.

Con l'obiettivo di approfondire la conoscenza della realtà di queste imprese, ed in particolare la loro struttura interna e le figure professionali in esse presenti, sono state raccolte le informazioni in occasione di un *focus group*, che ha visto la partecipazione di 7 rappresentanti di imprese di pulizia e di interviste telefoniche ad un campione di 37 aziende (Tabella 5.34).

La selezione delle unità da inserire nel campione è stata effettuata con probabilità proporzionale al numero di addetti delle aziende; di conseguenza, le imprese più grandi hanno avuto maggiore probabilità di essere selezionate rispetto a quelle più piccole. Per compensare, nella fase di analisi dei dati, queste diverse probabilità di selezione, sono stati applicati dei “pesi” inversamente proporzionali alle probabilità di selezione stesse (Paragrafo 2.3.1).

**Tabella 5.34** *Informazioni raccolte dall'Ascom Padova presso le imprese di pulizia padovane.*

<b>Tecnica di rilevazione</b>	<b>Campione</b>	<b>Unità non pertinenti</b>	<b>Rifiuti</b>	<b>Interviste concluse</b>
<i>Focus Group</i>	8	0	1	7
Telefoniche	37	2	11	24
<b><i>Totale</i></b>	<b><i>45</i></b>	<b><i>2</i></b>	<b><i>12</i></b>	<b><i>31</i></b>

#### ***La struttura e l'organizzazione***

Osservando la tabella 5.35 si nota una certa “differenza d'età” tra le imprese di pulizia che hanno sede nel Comune di Padova e quelle che si

trovano invece nel territorio della provincia; infatti il 90% delle prime è sorto dopo l'anno 2000, contro l'11% delle seconde; queste ultime sono quindi mediamente più "anziane", infatti quasi la metà (45,5%) ha cominciato l'attività negli anni Novanta, il 34% l'ha iniziata negli anni Ottanta e quasi il 10% addirittura prima del 1980.

A fronte di questi risultati si potrebbe pensare che le imprese veterane del settore, data la maggiore esperienza sul campo, siano già certificate, o in via di certificazione.

**Tabella 5.35** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per anno di inizio attività.*

<b>Anno di inizio attività</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Prima del 1980	0,0	9,4	<b>6,3</b>
1980 - 1990	3,5	34,1	<b>24,1</b>
1990 - 2000	5,5	45,5	<b>32,4</b>
Dopo il 2000	91,1	11,0	<b>37,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(5)</i>	<i>(19)</i>	<i>(24)</i>

La tabella 5.36 contraddice questa tesi in quanto riporta che quasi tutte le giovani imprese del capoluogo (94,5%) sono già certificate (il 5,5% è in via di certificazione), mentre negli altri comuni della provincia la percentuale di imprese certificate non arriva al 30% ed il 15% è in via di certificazione; sorprendentemente, il 16,7% ritiene che la certificazione non sia rilevante ed il 41,3% non è certificato. Ciò potrebbe indicare che le imprese operanti in area extraurbana siano, per la maggior parte, a carattere familiare, formate cioè da due o tre addetti fissi (capo famiglia, consorte e figlio), più eventualmente il personale operaio. Questo giustificherebbe la mancanza di interesse nell'ottenere una certificazione di qualità.

**Tabella 5.36** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per situazione attuale rispetto alla certificazione.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Già certificata	94,5	26,8	<b>49,1</b>
In via di certificazione	5,5	0,0	<b>1,8</b>
La cert. è in programma	0,0	15,2	<b>10,2</b>
La cert. non è rilevante	0,0	16,7	<b>11,2</b>
Non è certificata	0,0	41,3	<b>27,7</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(5)</i>	<i>(19)</i>	<i>(24)</i>

Tuttavia durante le interviste svolte è emerso anche che alcune imprese non sono interessate alla certificazione perché la cerchia di clienti è sufficientemente ampia e, tutto sommato, fedele. Richiedere la certificazione comporta delle spese e, se la clientela non manca, la certificazione di qualità non viene ritenuta così necessaria.

Per quanto riguarda l'organizzazione in una o più unità locali, la stragrande maggioranza delle imprese intervistate possiede una sola unità locale (Tabella 5.37); le aziende che ne possiedono più di una sono tutte situate fuori del comune capoluogo.

**Tabella 5.37** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di più di una unità locale o filiale nel territorio italiano.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha più di una unità locale	0,0	8,1	<b>5,5</b>
Ha solo una unità locale	100,0	91,9	<b>94,5</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(5)</i>	<i>(19)</i>	<i>(24)</i>

Si sottolinea che, in queste interviste, è stato specificato che per unità locale si intende una sede a tutti gli effetti e non un cantiere; è risaputo infatti che le imprese di pulizia allestiscono diversi cantieri operativi nei pressi delle



zone dove prestano il servizio, ma lo scopo della domanda relativa alle unità locali non è quello di individuare cantieri operativi, bensì filiali staccate della stessa impresa.

La tabella 5.38 sottolinea la stessa differenza, riscontrata a proposito della certificazione, tra le aziende del Comune e quelle della Provincia; si nota infatti che quasi tutte le imprese più giovani, situate in Città, possiedono già un sito internet, contro il 22% circa delle aziende della Provincia.

Questi risultati sono probabilmente dovuti al fatto che le aziende nate prima, situate in provincia, godono già di una quantità soddisfacente di clientela più o meno fissa e quindi non sono incentivate né a richiedere la certificazione, né a promuovere i propri servizi tramite un sito internet; al contrario, le aziende più giovani della capoluogo, che hanno la necessità di farsi conoscere al pubblico esterno, utilizzano sistemi che garantiscano competenza e qualità del servizio, come la certificazione, e che diffondano rapidamente ed indistintamente la gamma dei propri servizi, come la promozione tramite un proprio sito internet.

**Tabella 5.38** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per presenza di un sito internet.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Ha un sito internet	93,3	21,9	<b>45,3</b>
Non ha un sito internet	6,3	77,3	<b>54,0</b>
Il sito è in via di realizzazione	0,4	0,8	<b>0,7</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(5)</i>	<i>(19)</i>	<i>(24)</i>

Per quanto riguarda l'iscrizione ad associazioni di categoria, solo il 6% delle imprese del Comune di Padova ha dichiarato di essere iscritto, contro ben il 70% delle aziende della Provincia (Tabella 5.39). Anche questi risultati sono probabilmente dovuti all'età delle aziende. Le associazioni di categoria prevalentemente nominate dalle imprese iscritte sono: UPA (Unione Provinciale Artigiani), Unindustria (Associazione piccola e media impresa

padovana), CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della piccola e media impresa), Confcooperative (Confederazione Cooperative Italiane)<sup>80</sup>.

**Tabella 5.39** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per iscrizione ad associazioni di categoria.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
E' iscritta	5,7	66,9	<b>46,8</b>
Non è iscritta	94,3	30,5	<b>51,5</b>
Non sa	0,0	2,6	<b>1,8</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(5)</i>	<i>(19)</i>	<i>(24)</i>

### ***Il personale***

Considerando il numero di addetti di tutte le imprese intervistate, si può vedere che le imprese del Comune di Padova sembrano mediamente più grandi di quelle della Provincia (33 addetti contro 20,8) (Tabella 5.40).

Tuttavia, il numero medio di addetti calcolato per le imprese del Comune viene distorto dalla presenza di un valore “anomalo” di 213. Anche il numero medio di addetti delle imprese della Provincia è sovrastimato per la presenza di un valore “anomalo” rispetto agli altri; infatti c'è un'impresa che conta 133 addetti. Eliminando dal calcolo della media questi due valori estremi, si nota che le imprese mediamente più grandi sono situate nel territorio della Provincia (15,7 addetti contro 11,7).

La media globale degli addetti impiegati nelle imprese di pulizia e disinfestazione padovane ammonta a quasi 15 persone. Per quanto riguarda i familiari coadiuvanti, questi costituiscono all'incirca l'11% degli addetti.

<sup>80</sup> Per ulteriori informazioni sulle associazioni di categoria, consultare il Glossario a pag. 267.

**Tabella 5.40** *Numero medio di addetti e percentuale di famigliari sul totale degli addetti impiegati nelle imprese intervistate di Padova e Provincia.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Addetti	33	20,8	<b>24,2</b>
Percentuale dei famigliari coadiuvanti	4,2	1,7	<b>1,7</b>

Il 65% degli addetti impiegati nelle imprese di pulizia padovane, sono assunti con contratto a tempo indeterminato (Tabella 5.41).

**Tabella 5.41** *Numero medio di addetti delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di contratto di assunzione.*

<b>Contratto</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
A tempo indeterminato	94,6	56,9	<b>65,1</b>
A tempo determinato	5,4	42,5	<b>33,0</b>
<i>Part – time</i>	58,6	75,3	<b>71,7</b>
Apprendistato/Di formazione lavoro	0,0	0,0	<b>0,0</b>
Lavoro temporaneo	0,0	0,3	<b>0,2</b>
Atipico (co.co.co, a progetto, ecc..)	0,0	3,4	<b>2,6</b>

Si nota che le imprese situate nel territorio del Comune di Padova, assumono un'altissima percentuale di addetti con questo tipo di contratto (quasi il 95%), mentre le imprese della Provincia lo utilizzano per poco più della metà degli addetti. Queste ultime imprese utilizzano il contratto a tempo determinato per il 42,5% degli addetti contro il 5,4% delle aziende della Città. Si nota inoltre l'alta percentuale di personale assunto part-time. Questi addetti costituiscono, nella stragrande maggioranza dei casi, il personale operaio.

### *I servizi offerti*

Le imprese di pulizia e disinfestazione padovane svolgono tutte servizi di pulizia; il 58,3% svolge anche servizi di disinfestazione, il 54,2% svolge servizi di sanificazione, il 50% servizi di disinfezione ed il 37,5% svolge servizi di derattizzazione (Tabella 5.42).

Per quanto riguarda altri servizi, più della metà delle imprese intervistate svolge servizi non compresi nell'elenco della tabella 5.42; in prevalenza tali servizi riguardano: la cura e la manutenzione del verde, il trasporto pasti alle mense, servizi facchinaggio, servizi di tinteggiatura, vendita e noleggio di prodotti e macchinari per la pulizia, servizio camerieri ai piani.

**Tabella 5.42** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di servizio offerto.*

Servizi offerti	Comune di	Provincia di	Totale
	Padova	Padova	
Pulizia	100,0	100,0	<b>100,0</b>
Disinfestazione	40,0	68,4	<b>58,3</b>
Derattizzazione	40,0	36,8	<b>37,5</b>
Sanificazione	60,0	52,6	<b>54,2</b>
Disinfezione	40,0	52,6	<b>50,0</b>
Altri servizi	60,0	63,2	<b>62,5</b>

Alcuni di questi servizi esulano da ciò che si intende comunemente con le attività di pulizia e disinfestazione. In effetti, alcune delle imprese che hanno iniziato la loro attività svolgendo i classici servizi di pulizia, disinfestazione, derattizzazione, disinfezione e sanificazione hanno poi ampliato la gamma dei propri servizi specializzandosi in altri settori come quello della ristorazione, della sicurezza o dell'organizzazione di eventi. Questo vale, ad esempio per tutte le imprese che hanno partecipato al *focus group*. Proprio per l'ampia rosa dei servizi offerti, tali imprese vengono sovente chiamate "aziende multiservizio".

Tra i servizi offerti da queste imprese si ricordano quelli di: *catering* igienico – sanitario, gestione lavanderia, gestione parco automezzi, portineria, gestione centralini telefonici, fattorinaggio, espurgo pozzi, smaltimento rifiuti, organizzazione mostre ed esposizioni, elettricisti, guardiania non armata.

### ***L'andamento delle imprese nell'ultimo anno***

Considerando l'andamento dell'ultimo anno, non si può dire che questo sia andato male per le imprese di pulizia del padovano. Dalla tabella 5.43 risulta che l'82,2% ritiene di aver raggiunto tutti o quasi gli obiettivi prefissati 12 mesi prima, il 10,5% ha dichiarato di aver addirittura fatto meglio del previsto, mentre solo il 7,3% ha mancato qualche obiettivo.

**Tabella 5.43** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia secondo che abbiano raggiunto gli obiettivi attesi nei 12 mesi precedenti l'intervista.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Meglio del previsto	0,0	15,7	<b>10,5</b>
Risultati desiderati all'incirca	100,0	73,5	<b>82,2</b>
Mancato vari obiettivi	0,0	10,8	<b>7,3</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(5)</i>	<i>(19)</i>	<i>(24)</i>

Si nota che, mentre in Città la situazione sembra positivamente stabile per tutte le imprese intervistate, in Provincia si distinguono sia imprese che hanno avuto ottimi andamenti (il 15,7%), sia aziende che hanno visto calare i rendimenti del proprio operato (10% circa).

Per quanto riguarda i movimenti avvenuti all'interno dell'organico nell'ultimo anno, si evidenziano le imprese del capoluogo delle quali il 91% ha effettuato assunzioni, contro il 9% circa delle aziende situate in Provincia (Tabella 5.44). Di queste ultime, una piccola percentuale (4,5%) ha visto delle

uscite di personale, dovute probabilmente al mancato raggiungimento di qualche obiettivo.

**Tabella 5.44** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti avvenuti all'interno dell'organico durante i 12 mesi precedenti l'intervista.*

<b>Movimenti avvenuti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Uscite	0,0	4,5	<b>3,0</b>
Assunzioni	91,1	8,9	<b>35,9</b>
Entrambe	0,0	11,9	<b>8,0</b>
Solo <i>turnover</i>	8,9	34,7	<b>26,2</b>
Nessuna variazione	0,0	40,0	<b>26,9</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(5)</i>	<i>(19)</i>	<i>(24)</i>

Si sottolinea che le assunzioni effettuate sono state in media di 4 elementi, da inserire tutti nell'area operativa come operai addetti alle pulizie.

### ***Le prospettive per il futuro***

Per quanto riguarda il futuro si nota una certa “prudenza” da parte delle imprese di pulizia padovane, soprattutto relativamente ai nuovi investimenti; infatti soltanto il 10% circa ha dichiarato di essere intenzionato ad investire parte degli utili nell'acquisto o nella ristrutturazione di nuovi locali, contro l'83,6% che non ha di queste intenzioni (Tabella 5.45). Le imprese che, in maggior percentuale, sono intenzionate ad investire sono situate nel territorio della provincia, ma questo è comprensibile se si pensa che è in questa zona che si sono registrate le uniche aziende che hanno superato gli obiettivi prefissati nell'ultimo anno.

**Tabella 5.45** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per investimenti nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali.*

	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Intenzionati ad investire	5,5	12,6	<b>10,2</b>
Non intenzionati ad investire	94,5	78,2	<b>83,6</b>
Hanno già investito a sufficienza	0,0	4,2	<b>2,8</b>
Non sa / Dipende	0,0	5,0	<b>3,4</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<i>(n)</i>	<i>(5)</i>	<i>(19)</i>	<i>(24)</i>

L'intenzione di espansione prevista dalle aziende della Provincia viene confermata dalla tabella 5.46; il 27,5% di queste aziende infatti, prevede di effettuare assunzioni nel breve o medio periodo, contro il 2,2% delle imprese situate nel Comune. Le assunzioni previste sono i media per 7 operai addetti alle pulizie.

**Tabella 5.46** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate di Padova e Provincia per tipo di movimenti previsti all'interno dell'organico nei prossimi 2 anni*

<b>Movimenti previsti nell'organico</b>	<b>Comune di Padova</b>	<b>Provincia di Padova</b>	<b>Totale</b>
Assunzioni	2,2	27,5	<b>19,2</b>
Uscite	0,0	2,6	<b>1,8</b>
Solo <i>turnover</i>	3,7	20,1	<b>14,7</b>
Nessuna variazione	0,0	32,3	<b>21,7</b>
Non sa / Dipende	94,1	17,5	<b>42,7</b>
<b>Totale</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<i>(n)</i>	<i>(5)</i>	<i>(19)</i>	<i>(24)</i>

Si nota tuttavia che in Provincia vengono previste anche delle uscite di personale e questo è probabilmente il riflesso di quella parte di imprese per le quali l'ultimo anno non ha portato i risultati previsti.

### 5.4.2 Le imprese di pulizia e disinfestazione padovane: le professioni

Il personale delle imprese di pulizia intervistate è organizzato per lo più in aree funzionali; tuttavia nelle aziende di dimensioni inferiori (in genere con meno di dieci addetti) il personale svolge le proprie mansioni all'interno di un'area unica.

Nelle imprese di medie e di grandi dimensioni si possono distinguere quattro reparti o aree funzionali all'interno dei quali vengono svolte differenti mansioni:

- **Amministrazione**, in cui si distinguono il Responsabile amministrativo, l'Impiegato amministrativo ed il Responsabile del personale. Per la descrizione del Responsabile amministrativo e dell'Impiegato amministrativo, si rimanda al capitolo 4, paragrafo 4.2.2; per quella del Responsabile del personale si rimanda sempre al Capitolo 4, paragrafo 4.2.4.1.
- **Area tecnica** nella quale vengono svolte tutte le mansioni relative alla progettazione ed alla gestione dei servizi. All'interno di quest'area sono stati individuati il Responsabile tecnico, il Responsabile acquisti, il Responsabile Ufficio Gare (Paragrafo 5.4.2.1) ed il Responsabile qualità (già descritto al paragrafo 5.2.4.2).
- **Area commerciale** nella quale vengono svolte tutte quelle attività legate al monitoraggio ed all'ampliamento del portafoglio clienti, alla cura ed alla gestione dei rapporti con la clientela, alla promozione di nuovi servizi. All'interno di quest'area si distinguono il Responsabile commerciale ed il Commerciale per le cui descrizioni si rimanda al paragrafo 5.2.4.3.
- **Area operativa** all'interno della quale vengono gestite, coordinate e svolte tutte le attività di tipo pratico legate all'erogazione del servizio. All'interno di quest'area si distinguono il Capo cantiere (Paragrafo 5.4.2.2) e gli operai.



Le figure professionali individuate all'interno delle seguenti aree funzionali sono schematizzate nella tabella 5.47.

**Tabella 5.47** Ripartizione delle figure professionali individuate durante le interviste per area funzionale.

Area funzionale	Figure professionali individuate
Amministrazione	Responsabile amministrativo Impiegato amministrativo Responsabile del personale
Area tecnica	Responsabile tecnico Responsabile acquisti Responsabile Ufficio Gare Responsabile qualità
Area commerciale	Responsabile commerciale Commerciale
Area operativa	Capo cantiere Operai

#### 5.4.2.1 Le figure professionali dell'area tecnica

##### *Responsabile tecnico*

Questa figura ha il compito di gestire condurre e seguire la progettazione di un servizio coordinando tutte le attività necessarie ad assicurare la qualità del servizio e la massima soddisfazione del cliente.

Ha funzioni di supervisione e controllo. Si preoccupa di coordinare i lavori per rispettare tempi e *budget*. Effettua monitoraggi e verifiche giornaliere sui processi operativi, assiste all'installazione ed al collaudo degli impianti presso il cliente, istruisce il personale operativo e intraprende trattative tecniche a nome dell'azienda.

Lavora a stretto contatto con i capi cantiere e con il titolare. A volte coordina e gestisce le attività di più assistenti tecnici.

Nelle grosse aziende multiservizio questa figura può prendere il nome di Responsabile di settore, poiché svolge tutte le mansioni appena menzionate, ma nell'ambito di un particolare settore di aziende clienti (ad esempio nel settore ospedaliero, agro – alimentare, civile, industriale, ecc.).

Per svolgere questa professione è preferibile un diploma di tipo tecnico; la conoscenza dell'inglese non è necessaria (anche se preferibile); la persona deve conoscere ampiamente tutti i materiali e le attrezzature utilizzate; deve avere inoltre una buona esperienza sul campo per poter effettuare previsioni su fattibilità, tempi e costi di una progettazione.

Per quanto riguarda le competenze informatiche, è necessario che conosca i principali programmi di uso comune (Office, Browser per Internet, posta elettronica).

Dal punto di vista personale deve possedere ottime qualità organizzative, di coordinamento e di autogestione; predisposizione a risolvere i problemi anche nelle situazioni più critiche; capacità carismatiche e comunicative, capacità di lavorare in gruppo.

### ***Responsabile acquisti***

Il suo obiettivo è quello di scegliere i fornitori migliori, basandosi non solo su ciò che offrono, ma anche sul Sistema Qualità. Deve quindi occuparsi della gestione di tutto ciò che concerne gli acquisti e le forniture, compresa la supervisione ed il controllo degli acquisti.

Per svolgere questa professione non si richiede un particolare titolo di studio ma sarebbe preferibile un diploma di tecnico commerciale o di ragioneria. Tuttavia è necessario che questa persona conosca tutta la gamma di strumenti e prodotti utilizzati nel settore, compresi i loro componenti, quindi sarebbe utile che avesse una lunga esperienza sul campo della pulizia oppure buone conoscenze di chimica. E' preferibile una discreta conoscenza dell'inglese ed una buona conoscenza dei principali programmi informatici.

Dal punto di vista personale deve essere una persona dalla mentalità aperta, curiosa e dalle particolari doti comunicative; deve avere una spiccata tendenza all'autoaggiornamento ed al lavoro per obiettivi. Deve essere in grado

inoltre di lavorare in modo autonomo e responsabile e di prendere delle decisioni.

### ***Responsabile ufficio gare***

La figura si occupa della gestione della documentazione relativa alle gare di appalto (richiesta di documenti alle specifiche fonti esterne: INPS, INAIL, tribunale, C.C.I.A., ect. ed invio alle direzioni regionali per la partecipazione alle gare). Deve, tra l'altro, preparare la relazione tecnica ed economica delle fasi del progetto.

Per svolgere questa professione è preferibile un Diploma di tecnico commerciale; è necessaria una buona conoscenza della lingua inglese ed ottima conoscenza dei principali programmi informatici. Inoltre deve possedere competenze tecniche da progettista ed un'ottima conoscenza dei progetti e dei servizi forniti dall'azienda. Deve possedere inoltre competenze nell'ambito amministrativo.

## **5.4.2.2 Le figure professionali dell'area operativa**

### ***Capo cantiere***

La figura ha il compito di gestire i cantieri affidati, coordinare una serie di risorse sul posto (imprese esterne), monitorando quotidianamente la contabilità, l'avanzamento dei lavori e l'operato delle imprese, risolvendo problemi operativi in funzione della delega ricevuta; redige rapporti periodici sullo stato dei cantieri. Gestisce e supervisiona il lavoro di collaboratori e imprese esterne. Deve saper risolvere le problematiche operative correnti nel rispetto dei progetti, dei tempi e dei costi, oltre che dei canoni di qualità aziendali. Deve saper tenere la documentazione di avanzamento lavori nei termini richiesti dall'azienda.

Per svolgere questa professione è preferibile possedere un Diploma di Geometra o Perito Edile, discreta conoscenza della lingua inglese; deve avere inoltre un'ottima dimestichezza nell'uso del PC, dovendosi occupare

personalmente di tutte le attività d'ufficio inerenti alla propria posizione (lettere, solleciti, reclami, ecc.). Deve possedere inoltre competenze relative alla contabilità.

Dal punto di vista personale deve possedere capacità di negoziazione, mentalità aperta ed ordinata, ottime capacità di organizzazione del proprio lavoro e di quello altrui, serietà, affidabilità.

## CAPITOLO 6

### Le opinioni sui nuovi corsi di laurea

---

Durante l'intervista è stato chiesto alle persone interpellate se ed in quale misura fossero a conoscenza dei nuovi corsi di studio universitari, le cosiddette lauree brevi, e che tipo di opinione avessero su tali titoli.

L'obiettivo era ovviamente quello di analizzare il pensiero del mondo del lavoro sui nuovi corsi di laurea, cercando di individuare eventuali manchevolezze nel sistema di divulgazione delle informazioni, o nel sistema di preparazione degli studenti, o nell'organizzazione dei corsi stessi.

Inoltre, è stato chiesto agli intervistati di esprimere la propria preferenza in merito ad una serie di caratteristiche personali che desidererebbero fosse certificata da parte dell'università sul *curriculum vitae* di un neo – laureato.

L'obiettivo era individuare le esperienze o le qualità documentabili di un neo – laureato che vengono maggiormente prese in considerazione al momento dell'assunzione.

#### ***Società di ricerca e selezione del personale***

Circa la metà dei responsabili delle società di ricerca e selezione del personale intervistati, si sente bene informata sul recente sistema universitario del “tre più due”; l'altra metà, anche se non si ritiene esperta sull'argomento, ne ha sentito comunque parlare, quindi sa a grandi linee di che cosa si tratta.

Inoltre, il 66,7% degli intervistati ha avuto modo di vedere dei giovani nuovi laureati.

Le opinioni registrate sui nuovi corsi di laurea sono state, in generale, piuttosto negative. Il principale difetto riscontrato nei nuovi corsi è relativo ai primi tre anni di studio che non vengono considerati sufficienti per preparare adeguatamente un giovane ad entrare nel mondo del lavoro.

Paradossalmente, secondo gli intervistati, nonostante l'obiettivo della riforma sia quello di abbreviare i tempi di ingresso nel mondo del lavoro, in realtà questi vengono rallentati, in quanto la preparazione dei giovani laureati risulta piuttosto carente e le responsabilità sulla loro formazione vengono delegate alle aziende.

La tabella 6.1 mostra la percentuale di preferenze che sono state assegnate dalle persone intervistate ad una serie di caratteristiche personali che l'università potrebbe certificare sul *curriculum vitae* di un neo – laureato.

E' risultato che la caratteristica preferita è quella delle esperienze di *stage pre – post lauream* (il 100% delle imprese ha segnalato che gradirebbero la documentazione di queste esperienze da parte dell'università), seguita dalle esperienze di studio all'estero (88,9% delle preferenze). Altre due caratteristiche considerate importanti sono gli accertamenti sulla conoscenza delle lingue straniere e sul bilancio delle competenze. Si nota che il 61,1% ha espresso interesse anche per il titolo della tesi di laurea.

**Tabella 6.1** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate per tipo di preferenza dichiarata sulle caratteristiche documentabili di un neo – laureato.*

<b>Caratteristica</b>	<b>Percentuale di preferenze</b>
Titolo degli esami fatti	38,9
Titolo della Tesi	61,1
Esperienze di studio all'estero	88,9
Esperienze di Stage pre – post <i>lauream</i>	100,0
Accertamento conoscenza delle lingue straniere	72,2
Accertamento bilancio competenze	83,3

### *Agenzie interinali*

Il 39% dei responsabili delle agenzie interinali interpellati si sente bene informato sull'argomento, il 46% sa più o meno di che cosa si tratta, mentre il 7% non ne sa niente. Inoltre, il 78% ha avuto a che fare con laureati triennali per motivi di lavoro.

Anche nel campo delle agenzie interinali, come in quello delle società di ricerca e selezione, è stata riscontrata una generale opinione negativa sui nuovi corsi.

Il pensiero prevalente è che le nuove lauree forniscano una preparazione superficiale e di basso livello, troppo poco specializzata per poter ricoprire ruoli qualificati all'interno di un'azienda.

Il fatto che ci sia la possibilità di ottenere un titolo di studio già dopo tre anni viene visto positivamente perché permette ai giovani di anticipare l'entrata nel mondo del lavoro, ma, hanno sottolineato gli intervistati, per alcune professioni tre anni non sono sufficienti a garantire ad uno studente di aver acquisito le competenze necessarie.

E' stata rilevata inoltre la tendenza a considerare il mondo universitario ancora troppo distante dal mondo del lavoro, anche se in generale si riconosce che la laurea breve è un tentativo per incrementare i rapporti con le aziende.

**Tabella 6.2** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate per tipo di preferenza dichiarata sulle caratteristiche documentabili di un neo – laureato.*

<b>Caratteristica</b>	<b>Percentuale di preferenze</b>
Titolo degli esami fatti	46,4
Titolo della Tesi	53,6
Esperienze di studio all'estero	92,9
Esperienze di Stage pre – post <i>lauream</i>	96,4
Accertamento conoscenza delle lingue straniere	78,6
Accertamento bilancio competenze	75,0

La tabella 6.2 mostra la distribuzione degli intervistati per tipo di preferenza dichiarata in merito ad una serie di caratteristiche personali di un

neo - laureato. Si nota che le caratteristiche preferite sono state le esperienze di studio all'estero (92,9% delle preferenze) e le esperienze di *stage pre – post lauream* (96,4% delle preferenze). Altre due caratteristiche considerate importanti da certificare sono l'accertamento della conoscenza delle lingue straniere e l'accertamento del bilancio competenze.

### ***Imprese di promozione pubblicitaria***

Il 22,5% degli intervistati si ritiene ben informato su tali corsi ed il 50% ne ha sentito parlare vagamente. Inoltre, il 35% ha già avuto a che fare con dei laureati triennali.

Si sono rilevate opinioni piuttosto discordanti in merito ai nuovi corsi di laurea. In generale, le persone intervistate si dividono in due fazioni.

Una parte ritiene che il sistema del “tre più due” sia tutto sommato positivo, in quanto permette agli studenti di abbreviare gli anni di studio, anticipando così l'entrata nel mondo del lavoro.

Una seconda parte ritiene invece che la preparazione riservata agli studenti sia stata ridotta in modo eccessivo, lasciando troppo poco tempo agli stessi per approfondire e sedimentare le conoscenze acquisite. In questo modo la laurea breve di tre anni è diventata una sorta di prolungamento della scuola superiore che può andare bene, forse, per svolgere professioni molto tecniche e pratiche, ma non è sufficiente per preparare i giovani ad affrontare la realtà lavorativa in professioni che richiedono una base solida ed un livello elevato di cultura.

Per quanto riguarda le caratteristiche personali che le agenzie pubblicitarie preferirebbero vedere documentate nel *curriculum vitae* di un neo – laureato, il 95% delle agenzie ha votato per le esperienze di *stage pre e post lauream*, l'87,5% per l'accertamento del bilancio di competenze, l'82,5% ha votato per le esperienze di studio all'estero (Tabella 6.3).



**Tabella 6.3** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate per tipo di preferenza dichiarata sulle caratteristiche documentabili di un neo – laureato.*

<b>Caratteristica</b>	<b>Percentuale di preferenze</b>
Titolo degli esami fatti	65,0
Titolo della Tesi	65,0
Esperienze di studio all'estero	82,5
Esperienze di Stage pre – post <i>lauream</i>	95,0
Accertamento conoscenza delle lingue straniere	67,5
Accertamento bilancio competenze	87,5

### ***Imprese specializzate nell'organizzazione di eventi***

Il 31,6% degli intervistati si ritiene ben informato sulle nuove lauree, il 57,9% ne ha sentito parlare vagamente. Inoltre, il 31,6% ha già avuto a che fare con dei laureati triennali.

L'opinione generale che è sembrata scaturire dai pensieri raccolti è molto simile a quella manifestata dai pubblicitari. Un'opinione, cioè, positiva riguardo all'abbreviazione dei tempi di studio, ma non altrettanto positiva per la preparazione fornita ai giovani studenti.

Quest'ultima viene ritenuta infatti insufficiente per gran parte delle professioni attualmente esistenti. In pratica la riduzione dei tempi ha portato ad un eccessivo "sfoltimento" dei programmi di studio; questo fatto può andare bene solo per le professioni più tecniche o pratiche.

**Tabella 6.4** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate per tipo di preferenza dichiarata sulle caratteristiche documentabili di un neo – laureato.*

<b>Caratteristica</b>	<b>Percentuale di preferenze</b>
Titolo degli esami fatti	63,2
Titolo della Tesi	47,4
Esperienze di studio all'estero	100,0
Esperienze di <i>stage pre – post lauream</i>	89,5
Accertamento conoscenza delle lingue straniere	89,5
Accertamento bilancio competenze	68,4

Per quanto riguarda le caratteristiche personali di un neo - laureato che le persone intervistate preferirebbero vedere documentate in un *curriculum vitae*, è risultato che le esperienze di studio all'estero sono desiderate da tutte le imprese intervistate, seguite dalle esperienze di stage *pre e post – lauream* e dall'accertamento della conoscenza delle lingue straniere.

### ***Studi e agenzie di investigazione***

Soltanto il 25% dei soggetti intervistati ha dichiarato di sentirsi bene informato sulle lauree brevi, mentre il restante 75% ne ha sentito parlare solo vagamente.

Il problema risiede nel fatto che, secondo gli intervistati, manca un sistema di informazione adeguato da parte dell'Università alle imprese insediate nel territorio padovano. E' noto, infatti, come, per ottenere informazioni o chiarimenti in merito ai nuovi corsi di laurea, sia necessario attivarsi per procurarsele; la maggior parte degli investigatori intervistati hanno manifestato il desiderio di voler essere informati ricevendo le principali notizie direttamente presso il luogo di lavoro, ad esempio via posta elettronica.

Per quanto riguarda eventuali contatti avuti con neo – laureati, il 37% degli investigatori intervistati ha avuto modo di incontrare, principalmente per motivi di lavoro, laureati triennali.

In generale si può dire che l'introduzione di questi nuovi corsi viene percepita positivamente soprattutto per l'abbreviazione dei tempi di ottenimento del titolo; in questo modo, infatti, i giovani hanno la possibilità di anticipare l'entrata nel mondo del lavoro.

Tuttavia è pensiero comune che il mondo universitario sia ancora troppo distante dalla professione dell'investigatore privato, in quanto non si è ancora giunti ad un numero sufficiente e ad una diffusione adeguata sul territorio italiano di corsi di laurea *ad hoc* per l'insegnamento delle competenze utili allo svolgimento di questa professione.

Dalla tabella 6.5 si nota che le caratteristiche preferite dagli intervistati, considerate quindi molto nella fase di assunzione, sono *in primis* le esperienze di *stage* (80% delle preferenze), il che conferma l'importanza data da queste persone alle esperienze pratiche, poi le esperienze di studio all'estero e l'accertamento della conoscenza delle lingue straniere (il 70% degli intervistati ha manifestato la propria preferenza per queste caratteristiche); seguono il titolo della tesi e l'accertamento del bilancio di competenze con il 50% delle preferenze. Soltanto il 20% degli intervistati ha manifestato interesse per conoscere il titolo degli esami che un neo – laureato ha superato durante il suo percorso di studi.

**Tabella 6.5** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate per tipo di preferenza dichiarata sulle caratteristiche documentabili di un neo – laureato.*

<b>Caratteristica</b>	<b>Percentuale di preferenze</b>
Titolo degli esami fatti	20
<i>Titolo della Tesi</i>	50
Esperienze di studio all'estero	70
Esperienze di <i>stage pre – post lauream</i>	80
Accertamento conoscenza delle lingue straniere	70
Accertamento bilancio competenze	50

### ***Imprese di vigilanza***

Il 77% delle persone intervistate, rappresentanti delle imprese di vigilanza, ha dichiarato di conoscere vagamente la recente riforma universitaria, mentre il restante non si ritiene per nulla informato sull'argomento.

L'impressione generale su questi nuovi corsi sembra positiva, perché rappresentano un passo dell'Italia verso l'adeguamento alle norme europee, anche nel campo dell'istruzione.

Le caratteristiche migliori delle lauree brevi, sostengono gli intervistati, sono la riduzione degli anni di studio e l'introduzione di corsi di studio più specifici, anche se non si è ancora giunti alla situazione ottimale.

Tuttavia le opinioni espresse concordano sul fatto che tre anni non siano sufficienti a formare tutte le figure professionali di cui il mercato del lavoro ha bisogno. Ci sono infatti certi profili che necessiterebbero di più anni di preparazione teorica, ma soprattutto pratica.

**Tabella 6.6** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate per tipo di preferenza dichiarata sulle caratteristiche documentabili di un neo – laureato.*

<b>Caratteristica</b>	<b>Percentuale di preferenze</b>
Titolo degli esami fatti	11,1
<i>Titolo della Tesi</i>	55,6
Esperienze di studio all'estero	66,7
Esperienze di <i>stage pre – post lauream</i>	88,9
Accertamento conoscenza delle lingue straniere	55,6
Accertamento bilancio competenze	66,7

La percentuale di preferenze assegnate alle esperienze di *stage* conferma l'importanza che le persone intervistate danno alla "pratica" (Tabella 6.6); passano in secondo piano tutte le altre caratteristiche, ma spiccano le esperienze di studio all'estero e l'accertamento di un bilancio di competenze, sempre più utile per valutare le potenzialità di una persona mettendole a confronto con il tipo di posizione che dovrà occupare.

### ***Imprese di pulizia***

Il 17,2% degli intervistati ha dichiarato di sentirsi bene informato sulle lauree brevi, il 62% ne ha sentito parlare solo vagamente, mentre il 20% non ne ha mai sentito parlare.

In generale le opinioni espresse sono positive, soprattutto per l'abbreviazione dei tempi di studio e per l'orientamento alla specializzazione che si sta tentando di dare.

Le persone intervistate hanno però più volte sottolineato la carenza di informazioni sui nuovi corsi di studio; i rappresentanti delle imprese

sostengono infatti che dovrebbero essere attivati dei metodi di divulgazione delle informazioni più generalizzati e rivolti a tutti, soprattutto al mondo imprenditoriale, per far conoscere le ultime novità anche a quelle persone che non hanno il tempo materiale per procurarsele.

**Tabella 6.7** *Distribuzione percentuale delle imprese intervistate per tipo di preferenza dichiarata sulle caratteristiche documentabili di un neo – laureato.*

<b>Caratteristica</b>	<b>Percentuale di preferenze ottenuta</b>
Titolo degli esami fatti	41,4
<i>Titolo della Tesi</i>	44,8
Esperienze di studio all'estero	37,9
Esperienze di Stage pre – post lauream	86,2
Accertamento conoscenza delle lingue straniere	34,5
Accertamento bilancio competenze	62,1

Per quanto riguarda le caratteristiche maggiormente soppesate in sede di assunzione di un neo – laureato, le esperienze di *stage pre e post lauream* hanno ottenuto l'86% circa delle preferenze e l'accertamento del bilancio di competenze il 62%; il 45% degli intervistati poi considera utile sapere il titolo della tesi di laurea.

Le caratteristiche che hanno ottenuto meno preferenze sono quelle relative alla conoscenza delle lingue straniere e il titolo degli esami superati, molto probabilmente perché nel settore considerato, queste competenze non sono considerate così importanti.



# CAPITOLO 7

## Conclusioni

---

La prima indagine sul settore dei servizi per le imprese nel padovano, è stata condotta dall'Ente Bilaterale, in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Statistiche, su gruppi di imprese che svolgono servizi amministrativi e commerciali per le imprese.

Sono state studiate imprese che svolgono servizi di ricerca, selezione, collocamento e supporto per il ricollocamento di personale; imprese di promozione pubblicitaria e che svolgono servizi di organizzazione di eventi (fiere, mostre, congressi, esposizioni, convegni, ecc.); imprese di investigazione e vigilanza e imprese di pulizia e disinfestazione.

Le informazioni necessarie per la buona riuscita dello studio sono state raccolte tramite interviste faccia a faccia ed interviste telefoniche realizzate su tutta la popolazione raggiungibile di imprese padovane che svolgono le attività sopra menzionate, fatta eccezione per le imprese di pulizia e disinfestazione per le quali è stato selezionato ed interpellato un campione rappresentativo. I dati rilevati sono stati corredati inoltre da informazioni su alcuni dei comparti oggetto di studio ricavate in occasione di due *focus group*.

Gli obiettivi guida della ricerca erano:

1. descrivere i profili delle figure professionali impiegate nelle aziende, individuandone le mansioni svolte, le caratteristiche e le competenze richieste;

2. delineare una rappresentazione sintetica e semplice della situazione corrente del mercato del lavoro, nonché una possibile previsione della situazione futura.

Al termine di questa ricerca si possono trarre delle conclusioni relativamente ad ogni comparto economico studiato.

Le imprese che svolgono attività di ricerca, selezione, collocamento e supporto per il ricollocamento del personale, sono state suddivise, durante l'indagine, in due gruppi; il primo comprende le imprese di ricerca e selezione del personale, il secondo include le agenzie interinali, alcune delle quali sono diventate o stanno diventando, in seguito alla Legge 14 febbraio 2003 n. 30, agenzie per il lavoro.

Dai risultati dell'indagine svolta si evince innanzitutto che le imprese studiate sono molto giovani, infatti anche i primi dati disponibili sulla presenza in Italia di unità locali ed addetti registrati con il codice dell'attività di ricerca e selezione di personale sono reperibili solo dal Censimento del 1991. In particolare, la maggior parte delle agenzie interinali è sorta dopo il 2000, essendo, fino al 1997, una forma di reperimento di manodopera non contemplata nel nostro ordinamento.

I dati confermano inoltre un generale andamento di crescita e sviluppo, sia per le imprese di ricerca e selezione, sia per le agenzie interinali. Il 30% circa di queste imprese prevede di assumere nuovo personale entro sei mesi o al massimo entro due anni.

La figura professionale prevalentemente richiesta è quella del ricercatore e selezionatore di personale che, nelle agenzie interinali, comincia la propria attività come addetto *front office*. Questa figura professionale è di recente entrata a far parte del repertorio delle professioni nel campo della ricerca e selezione del personale e sta gradualmente affinando non solo le conoscenze di base, ma anche le competenze necessarie per svolgere l'attività di mediazione tra domanda e offerta di lavoro.

Per quanto riguarda le agenzie pubblicitarie padovane, è stato riscontrato un generale andamento positivo, non solo nell'ultimo anno, ma anche nelle previsioni per il futuro effettuate dalle persone intervistate. Il 20% circa di



queste aziende prevede, infatti, di effettuare assunzioni a breve o medio termine. Le figure professionali prevalentemente richieste nel campo della promozione pubblicitaria a Padova e provincia, risultano essere il grafico pubblicitario e l'*account* pubblicitario.

Anche le imprese specializzate nell'organizzazione di eventi affrontano attualmente un periodo di crescita e sviluppo nel proprio campo. Alcune di queste stanno sviluppando anche attività collaterali all'organizzazione di eventi, come quelle tipiche delle agenzie viaggi e quelle di progettazione e realizzazione di *stand* ed attrezzature fieristiche. In alcuni casi, inoltre, è l'attività di organizzazione di eventi che è nata successivamente a quella di promozione turistica o pubblicitaria.

Dai risultati dell'indagine svolta in questo campo, è emerso che le imprese specializzate nell'organizzazione di eventi sono molto giovani, infatti la maggior parte di esse ha cominciato l'attività negli anni Novanta. Risultano essere aziende mediamente piuttosto grandi, rispetto alle imprese di promozione pubblicitaria o di ricerca e selezione del personale intervistate, infatti sono costituite in media da 10 addetti circa. Le previsioni per il futuro risultano piuttosto positive dal momento che più del 40% delle aziende intervistate prevede assunzioni nel breve o medio periodo; le figure professionali prevalentemente cercate da queste imprese sono l'organizzatore di eventi, il grafico pubblicitario, l'impiegato amministrativo e personale tecnico (allestitori, elettricisti).

Quello dell'investigazione sembra l'unico comparto che ha vissuto un periodo di stasi, almeno nell'ultimo anno, ma dalle previsioni effettuate, sembra che si stia riprendendo. Infatti, il 20% delle imprese intervistate ha intenzione di effettuare nuovi investimenti, mentre il 40% prevede di effettuare nuovi assunzioni entro sei mesi o due anni al massimo. Le figure professionali di cui necessitano queste imprese sono il consulente tecnico, figura di utilissimo supporto al lavoro dell'investigatore privato, il segretario e l'investigatore privato stesso, figura professionale che, purtroppo, non ha ancora ottenuto un adeguato riconoscimento da parte dello Stato, come l'Albo Professionale.

Le imprese di vigilanza privata padovane risultano molto diverse sia per anno di inizio attività, sia per struttura ed organizzazione interne, soprattutto se si considerano separatamente quelle situate nel territorio del capoluogo da quelle ubicate invece nel territorio della provincia patavina.

Le prime risultano infatti mediamente più anziane, costituite da un maggior numero di addetti e dotate di un ventaglio di servizi più ampio; le seconde sono invece mediamente più giovani, più piccole ed offrono una serie di servizi più limitata rispetto alle prime. Le prospettive future sono tuttavia molto promettenti per entrambi i gruppi di imprese, infatti ben l'80% delle aziende intervistate prevede nuove assunzioni, soprattutto nel reparto operativo per guardie giurate.

Anche le imprese di pulizia e disinfestazione si differenziano molto per età, caratteristiche strutturali ed organizzative a seconda di essere situate o meno nel territorio del capoluogo. Infatti le aziende situate in città risultano mediamente più giovani, quasi tutte certificate e dotate di un sito internet, a differenza di quelle di provincia che però mantengono ottimi andamenti e prevedono ulteriori investimenti ed assunzioni, probabilmente grazie alla maggiore esperienza sul campo ed alla soddisfacente quantità di clientela fedele acquisita negli anni.

In conclusione, sembra che i comparti economici studiati in quest'indagine sul settore dei servizi alle imprese, stiano attraversando una fase di crescita e sviluppo e necessitano ancora di personale per esaurire le richieste di servizi che si fanno, a quanto pare, sempre più frequenti.

Una delle figure professionali più originali che sono state individuate nel corso di questo studio è indubbiamente quella del *ricercatore e selezionatore di personale*, per la quale non è ancora stato definito un percorso formativo a priori, ma che sicuramente necessita di una cultura umanistica di base, nonché di competenze basilari nel campo dell'informatica e della psicologia, oltre a doti di comunicatività e dialettica.

Sono state raccolte inoltre utili informazioni sulla figura dell'*investigatore privato*, per la quale è stata rilevata la necessità impellente di una regolamentazione della professione da parte dello Stato.

Il *consulente tecnico* che affianca l'investigatore privato nelle sue indagini è un'altra figura professionale che, secondo i pareri raccolti, potrebbe essere formata dall'università, in quanto necessita di conoscenze nel campo della chimica, della medicina e dell'informatica.

Infine un'altra originale figura professionale individuata nel corso di quest'indagine è quella dell'*organizzatore di eventi*, per la cui formazione esistono già alcuni corsi di specializzazione e per la quale risulta fondamentale la conoscenza di almeno due lingue straniere, competenze basilari di informatica, conoscenze di *marketing* e di turismo congressuale, nonché di tecniche di pubbliche relazioni.



# ***GLOSSARIO***

## **A**

### **Accordo Quadro Generale**

L'Accordo Quadro costituisce lo strumento attuativo dell'Intesa istituzionale di programma nei settori d'intervento previsti dalla medesima.

In particolare, l'Accordo indica:

- le attività e gli interventi da realizzare, con i tempi e le modalità di attuazione;
- i soggetti responsabili ed i relativi impegni;
- le risorse finanziarie occorrenti, a valere sugli stanziamenti pubblici o reperite tramite finanziamenti privati.
- le procedure ed i soggetti responsabili per il monitoraggio e la verifica dei risultati.

### **Accreditamento**

Provvedimento adottato dalle Regioni, sentito il parere delle associazioni dei datori di lavoro e dei lavoratori, con il quale determinati operatori pubblici e privati vengono riconosciuti idonei a fornire servizi per il mercato del lavoro regionale.

L'esercizio dell'attività di ricerca e selezione del personale richiede l'autorizzazione ministeriale, infatti dal 2001 è stata avviata la procedura di accreditamento presso il Ministero del Lavoro, espressione di una regolamentazione, confluita nella legge Biagi (L. n. 30/2003) entrata in vigore il 24 ottobre 2003.

### **Addetto**

La persona dipendente o indipendente occupata (a tempo pieno, o part – time o con contratto di formazione e lavoro, o con contratto atipico) presso le unità economiche ubicate sul territorio nazionale anche se temporaneamente assente per servizio, ferie, malattia, sospensione dal lavoro, Cassa integrazione guadagni ecc..

Tra gli addetti si comprendono anche coloro che vengono assunti con contratti di lavoro parasubordinato (tra cui i contratti di collaborazione coordinata e continuativa) che prevedono l'instaurarsi di un rapporto di lavoro dipendente, anche se temporaneo.

### **Agenzia di lavoro interinale/Agenzia per il lavoro**

Le Agenzie per il lavoro sono soggetti in possesso di autorizzazione dello Stato che svolgono attività di:

- somministrazione di lavoro
- intermediazione
- ricerca e selezione del personale
- supporto alla ricollocazione professionale.

E' inoltre previsto un processo di accreditamento da parte delle Regioni che consente alle agenzie di operare a livello regionale e partecipare alla rete dei servizi per l'impiego.

Le Agenzie per il lavoro che vengono autorizzate o accreditate devono essere iscritte ad un apposito Albo istituito presso il Ministero del lavoro e delle politiche sociali. L'iscrizione è subordinata al possesso di una serie di requisiti a garanzia dell'affidabilità e della consistenza organizzativa ed economica delle imprese stesse.

### **AIDP (Associazione Italiana per la Direzione del Personale)**

L'AIDP è un'associazione di persone che riunisce quanti operano nell'area del Personale e delle risorse umane in posizioni direttive o di rilievo professionale in Società e Associazioni, in Aziende di ogni dimensione e

settore, sia private sia a partecipazione statale e pubbliche. AIDP è composta da direttori del personale, consulenti, formatori, comunicatori d'impresa, amministratori del personale, esperti di organizzazione, gestione e sviluppo: donne e uomini "del fare", impegnati nella valorizzazione delle persone in azienda.

**AIF (Associazione Italiana Formatori)**

La sua missione è quella di promuovere e rappresentare i bisogni e i legittimi interessi di chi opera nella formazione, contribuire alla diffusione della "conoscenza" e delle competenze e alla acquisizione della comunicazione presso tutti gli operatori contribuire soprattutto a sviluppare una cultura della formazione presso tutti gli operatori del processo formativo, diffondendo consapevolezza, innovazione, qualità, etica, con riferimento ai comportamenti reali.

**AILT (Associazione Nazionale delle Imprese di fornitura di Lavoro Temporaneo)**

Associazione Nazionale delle Imprese di fornitura di Lavoro Temporaneo, aderisce alla Confindustria e ne adotta il logo, assumendo il ruolo di componente del sistema della rappresentanza dell'industria italiana.

**APCO (Associazione Professionale Italiana dei Consulenti di Direzione e Organizzazione)**

APCO è l'Associazione Professionale Italiana dei Consulenti di Direzione e Organizzazione. Costituita in Milano nel 1968, APCO riunisce e certifica coloro che in Italia svolgono professionalmente attività di consulenza organizzativa e direzionale sia individualmente, sia come associati, partner o dipendenti di società di consulenza.

**API (Associazione Piccole e medie Imprese)**

L'Associazione ha lo scopo di tutelare le Piccole e Medie Imprese nei campi sindacale, economico, tecnologico e ambientale, assumendone la

rappresentanza unitaria nei confronti delle organizzazioni sindacali dei lavoratori, delle autorità amministrative a ogni livello, di enti e di associazioni in Italia e all'estero.

### **Apprendistato**

E' un contratto a tempo determinato che obbliga il datore di lavoro di lavoro ad impartire all'apprendista assunto l'insegnamento necessario affinché lo stesso possa divenire lavoratore qualificato. La durata è stabilita tra i 18 mesi e 4 anni in base ai settori produttivi ed ai relativi contratti collettivi nazionali. I parametri relativi all'età stabiliscono un limite minimo di 16 anni ed un massimo compreso tra i 20 e i 24 anni, elevabile a 26 anni nelle aree ad obiettivo 1 e 2, Reg.to CEE 2081/93, per quanto i giovani portatori di handicap i limiti massimi d'età sono elevati di 2 anni. Nel settore dell'artigianato il limite massimo d'età è fissato a 29 anni per le qualifiche ad alto contenuto professionale. I limiti d'età vanno considerati alla data di inizio del rapporto di apprendistato e non per lo svolgimento dello stesso. (Es. è legittimo assumere un giovane che non abbia compiuto 20 anni, anche se il rapporto di apprendistato si concluderà oltre il 20° anno d'età.).

L'apprendistato trova applicazione, in particolar modo, nel settore dell'artigianato e dell'industria, non è applicabile invece al comparto agricolo. La valenza formativa dell'apprendistato è ribadita dal fatto che è previsto un accordo, durante il primo anno del contratto, in cui si stabilisce un percorso formativo attuato con il supporto di un ente di formazione professionale, che svolge una funzione di garanzia e monitoraggio sul processo di apprendimento del giovane. Sono previste 120 ore dedicate alla formazione di cui il 35% alle competenze di base ed il 65% alle competenze specifiche e relazionali. Sono previste agevolazioni contributive per i lavoratori che, all'interno dell'azienda, svolgono la funzione di tutor nelle iniziative formative. Al termine del rapporto di apprendistato viene rilasciato un libretto di certificazione attestante le competenze acquisite.



La retribuzione viene fissata in percentuale rispetto allo stipendio pieno dei lavoratori qualificati, in quanto l'apprendista riceve dal datore di lavoro l'insegnamento necessario per acquisire la qualifica. Non è permesso, inoltre all'apprendista: il lavoro notturno dalle ore 21 alle ore 6, il lavoro straordinario, il superamento delle 8 ore giornaliere di lavoro. Vengono riconosciuti al datore di lavoro numerosi benefici di tipo economico e normativo, quali il pagamento dei contributi in forma fissa settimanale, indipendentemente dallo stipendio garantito all'apprendista, in quantità estremamente ridotta. Il contratto di apprendistato è un contratto a tempo determinato, allo scadere del quale il datore di lavoro è libero di assumere l'ex apprendista, o di dare disdetta.

Riferimenti legislativi: D.M.29 luglio 1970, L.196/97 art.16, L.56/87 art.21.

### **Associazioni di Categoria**

Ogni impresa, in base all'esercizio del proprio mestiere rientra in una determinata categoria, organizzata secondo le principali attività merceologiche. Le associazioni di categoria sono gruppi di rappresentanza, differenziati per categoria. In genere le principali funzioni svolte da queste associazioni sono:

- 1) tutelare gli interessi economici delle imprese appartenenti ad una determinata categoria;
- 2) esaminare e tutelare le necessità e i bisogni di ogni singolo mestiere;
- 3) stipulare accordi e convenzioni con gli Enti Istituzionali;
- 4) promuovere la costituzione di consorzi o gruppi;
- 5) redigere studi di settore, costi, orari, campagne informative e pubblicitarie per ogni singolo mestiere;
- 6) proporre e attivare corsi e seminari.

**ASSOCONSULT (Associazione delle Società di Consulenza di Direzione)**

Costituita all'inizio del 1997, è l'Associazione delle Società di Consulenza di Direzione, in cui sono confluite le più significative aziende del settore precedentemente appartenenti ad ASSCO e AICOD.

Aderisce a Confindustria, a FITA (Federazione Italiana Industrie e Servizi Professionali e del Terziario Avanzato) e a FEACO (Fédération Européenne des Associations de Conseils en Organisation). L'Associazione ha lo scopo di promuovere l'integrazione professionale e di mettere in comune le risorse degli Associati al fine di sviluppare l'attività della consulenza attraverso la qualità dell'immagine, la difesa del ruolo e della qualificazione della professione.

**Assores (Associazione Italiana fra Società e Studi di Consulenza per la Ricerca e Selezione del Personale)**

Nata nel 1989, Assores è l'Associazione Italiana fra Società e Studi di Consulenza per la Ricerca e Selezione del Personale. L'Associazione rappresenta gli interessi di categoria e si pone come interlocutore istituzionale nei confronti delle diverse controparti: istituzioni pubbliche (Governo, Ministero del Lavoro, Regioni, Authority per la Privacy e altri enti) e parti sociali (Sindacati, altre componenti del sistema associativo italiano ed europeo).

**Assotravel**

Associazione di categoria delle imprese di intermediazione di viaggi e vacanze, aderente a Confindustria, Federturismo e a Federtrasporto.

Le attività dell'Associazione rispettano i principi etici e morali contenuti, oltre che nell'ordinamento nazionale ed europeo, nello Statuto di Confindustria, in quello dell'Associazione stessa e le regole della libera concorrenza.

### **ATECO 2002**

L'Istituto Nazionale di Statistica ha predisposto una nuova classificazione delle attività economiche (ATECO 2002) da adottare nelle rilevazioni statistiche correnti. Essa è la versione nazionale della classificazione (NACE Rev. 1.1) definita in ambito europeo ed approvata con Regolamento della Commissione n. 29/2002, pubblicato su Official Journal del 10/1/2002.

La ATECO 2002 è stata sviluppata dall'Istat, con la collaborazione di esperti delle Pubbliche amministrazioni coinvolte nella attività di classificazione delle unità produttive e di esperti dei principali settori economici. L'obiettivo è di tenere conto delle specificità della struttura produttiva italiana, rinnovando, rispetto alla ATECO 1991, il dettaglio a livello di "categoria" (5° cifra della classificazione), utile ad individuare attività particolarmente rilevanti nel nostro Paese. In questa nota viene diffuso l'elenco delle voci della nuova classificazione, contenente 883 titoli di categorie di attività economica e i rispettivi codici.

### **Autorizzazione**

Provvedimento mediante il quale lo Stato abilita le Agenzie per il lavoro allo svolgimento delle attività di somministrazione, intermediazione, ricerca e selezione e supporto alla collocazione professionale. E' rilasciata dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali in via provvisoria, contestualmente all'iscrizione all'Albo. Trascorsi due anni e verificata la correttezza nello svolgimento dell'attività, l'autorizzazione viene rilasciata, su richiesta dell'interessato, a tempo indeterminato.

## **B**

### **Base di dati**

La base di dati è una collezione di dati utilizzati per rappresentare informazioni di interesse per un sistema informativo; contiene dati strutturati attorno ad un argomento o una funzionalità.

### **Briefing**

Riunione di lavoro o aggiornamento che precede una manifestazione congressuale.

## **C**

### **Campionamento a valanga**

Durante la rilevazione dei dati si possono formare liste progressivamente più ampie sulla base delle informazioni raccolte presso i rispondenti. In linea di principio, chi appartiene a popolazioni rare, conosce altri che si trovano nella stessa condizione. Mettendo insieme le liste reperite in questo modo si forma una lista che, per le aree campione, può arrivare vicino alla completa copertura. Tuttavia, siccome il campione risultante è essenzialmente non probabilistico, questa tecnica è appropriata per indagini esplorative o per analisi di casi all'inizio di una ricerca (Fabbris, 1989).

### **Censimento dell'Industria e dei Servizi**

Il Censimento dell'Industria e dei Servizi risponde a domande sul numero delle imprese attive e delle unità locali; sulle forme giuridiche e le attività svolte; sul numero degli addetti; sui sistemi di vendita e sulle risorse per l'attività produttiva.

La rilevazione censuaria, dunque, concentra la sua attenzione sui caratteri identificativi, la dimensione, le caratteristiche strutturali delle imprese, delle istituzioni e delle relative unità locali, riservando alle indagini campionarie il compito di approfondire aspetti peculiari e di settore del sistema economico. I dati raccolti attraverso il Censimento garantiscono un elevato dettaglio territoriale e vengono utilizzati dalle imprese e dalle associazioni di categoria per programmare in modo ragionato e pianificare attività e progetti.

### **Certificazione**

La certificazione attesta che un prodotto, un processo o un servizio è conforme ad una specifica norma o documento normativo. La certificazione viene effettuata da organismi, appunto, di certificazione, che agiscono sempre quale terza parte. In seguito alla avvenuta certificazione, viene rilasciato un certificato ed il diritto d'uso di un marchio. La certificazione è obbligatoria nei casi e nei modi previsti dalla legge: ad esempio, la Comunità Europea impone la marcatura CE in relazione a determinati prodotti particolarmente pericolosi o associati a gravi rischi, indicati dalle Direttive "Nuovo Approccio". In relazione a questi prodotti, la marcatura CE è indispensabile per poter circolare liberamente nel mercato Unico. Si parla di certificazione volontaria in tutti gli altri casi, ossia, quando la conformità a norme tecniche è una scelta del produttore. La certificazione di conformità ad una determinata norma tecnica - oltre ad essere una garanzia interna all'azienda - può costituire un fattore strategico di competitività, rappresentando agli occhi del consumatore un simbolo di qualità.

Esistono tre fondamentali tipi di certificazione:

- o *certificazione di prodotto*: attesta la conformità dei prodotti a specifiche tecniche (norme o regole tecniche);
- o *certificazione del sistema aziendale* (ad esempio, sistema qualità o sistema di gestione ambientale);

- o *certificazione del personale*: attesta che una persona ha i requisiti per operare con competenza in un determinato settore tecnico o organizzativo.

Si parla spesso in generale di "certificazione ISO 9000" e di "certificazione ISO 14000". In effetti, "certificazione ISO 9000" significa certificazione sulla base della norma ISO 9001, ISO 9002 oppure ISO 9003. Nel caso delle norme della famiglia ISO 14000, c'è solo una norma che può essere utilizzata come modello per la certificazione di un sistema di gestione ambientale: la ISO 14001.

Le norme che costituiscono le famiglie ISO 9000 e ISO 14000 sono tra le oltre 11000 norme internazionali volontarie elaborate e pubblicate dall'ISO. Queste norme coprono praticamente tutti i campi dello sviluppo tecnologico e sono basate sul consenso internazionale tra gli esperti del settore.

L'ISO (Organizzazione Internazionale di Normazione) di per sé non interviene per verificare che le proprie norme siano applicate dagli utilizzatori conformemente alla normativa stessa. La valutazione di conformità è una faccenda lasciata ai fornitori e ai rispettivi clienti, nella sfera privata, e agli organismi competenti, in tutti i casi in cui il rinvio alle norme ISO viene introdotto nella legislazione pubblica. Inoltre, esistono molti laboratori di prova e organismi di certificazione che offrono servizi di valutazione di conformità indipendente (conosciuti anche come di "terza parte"), allo scopo di confermare che prodotti (incluso hardware, software e manufatti), servizi o sistemi sono all'altezza delle norme ISO.

L'ISO quindi non è un valutatore, nè un verificatore, nè un organismo di certificazione di sistemi qualità o di sistemi di gestione ambientale, nè un organismo di certificazione di prodotti e servizi, nè in alcun modo l'ISO avalla simili attività svolte da altri. L'ISO elabora norme internazionali, e, al momento, non attua nessuno schema per la valutazione di conformità a dette norme.

**CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato)**

Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della piccola e media impresa, è un sistema generale nazionale ed unitario di rappresentanza delle imprese artigiane, delle piccole e medie imprese e delle relative forme associate.

**Coadiuvante**

Chi collabora con un familiare che svolge un'attività lavorativa in conto proprio, senza avere un rapporto di lavoro regolato da contratto.

**Comitato economico e sociale europeo (CESE)**

Il Comitato economico e sociale europeo è stato creato dal trattato del 1957 che ha istituito la Comunità economica europea, con il compito di rappresentare gli interessi delle diverse categorie economiche e sociali. Esso è composto da 222 membri, ripartiti in tre categorie: datori di lavoro, lavoratori e rappresentanti di attività specifiche (agricoltori, artigiani, PMI e industrie, professioni liberali, rappresentanti dei consumatori, rappresentanti della comunità scientifica e pedagogica, dell'economia sociale, delle famiglie, dei movimenti ecologici). I membri del Comitato sono nominati per un mandato rinnovabile di quattro anni dal Consiglio, che delibera all'unanimità. Il CESE è consultato preliminarmente all'adozione di un numero rilevante di atti relativi al mercato interno, all'educazione, alla tutela dei consumatori, alla protezione dell'ambiente, allo sviluppo regionale e al settore sociale. Esso può anche formulare pareri di propria iniziativa. Dall'entrata in vigore del trattato di Amsterdam (maggio 1999), il CESE deve essere consultato obbligatoriamente in merito ad un numero più vasto di temi (la nuova politica in materia di occupazione, le nuove disposizioni in materia sociale, la salute pubblica e le pari opportunità) e può essere consultato dal Parlamento europeo.

### **Comitato delle regioni**

Istituito nel 1992 dal trattato di Maastricht, il Comitato delle Regioni è composto di 222 rappresentanti delle collettività regionali e locali, nominati per quattro anni dal Consiglio, che delibera all'unanimità, su proposta degli Stati membri. Il Comitato è consultato dal Consiglio, dal Parlamento europeo e dalla Commissione in settori che rivestono interesse a livello regionale e locale, in particolare l'istruzione, la gioventù, la cultura, la salute pubblica, la coesione economica e sociale. Esso può anche emettere pareri di propria iniziativa.

A partire dall'entrata in vigore del trattato di Amsterdam (maggio 1999), il Comitato delle Regioni deve essere consultato in un numero più ampio di settori: la tutela dell'ambiente, il fondo sociale, la formazione professionale, la cooperazione transfrontaliera e i trasporti.

### **Commissione europea**

La Commissione europea ha poteri di iniziativa, di esecuzione, di gestione e di controllo. È costituita da un collegio di 20 membri indipendenti (due membri per la Germania, la Spagna, la Francia, l'Italia e il Regno Unito, e un membro per ciascuno degli altri paesi), tra cui il presidente e due vicepresidenti. È nominata per cinque anni dal Consiglio, che delibera a maggioranza qualificata, in accordo con gli Stati membri, ed è soggetta al voto di investitura del Parlamento europeo, dinanzi al quale è responsabile. Il collegio dei commissari è assistito da un'amministrazione composta da direzioni generali e da servizi specializzati, il cui personale è ripartito principalmente tra Bruxelles e Lussemburgo.

### **Confcooperative**

Confederazione Cooperative Italiane è la principale organizzazione, giuridicamente riconosciuta, di rappresentanza, assistenza e tutela del movimento cooperativo e delle imprese sociali.



### **Conferenza**

Su scala ristretta rispetto congressi e convegni. Per tema hanno soggetti d'attualità e discutono con una visione più ampia rispetto quella specialistica.

### **Confesercenti**

E' una delle principali associazioni della piccola e media impresa in Italia. Rappresenta oltre 260.000 imprese nel commercio, turismo, servizi e, da alcuni anni, anche nell'artigianato. Fondata a Roma nel 1971 da quattro associazioni rappresentative delle rispettive categorie: l'Anvad per il commercio ambulante, la Faib per i distributori di carburante, l'Uncic per il commercio in posto fisso e la Fiarc per gli agenti di commercio.

### **Congresso**

Riunione periodica che comporta la partecipazione di centinaia o migliaia di persone che appartengono alla stessa sfera d'interessi. I giorni e il tema sono fissati in anticipo rispetto alla fase di realizzazione.

### **CON.IPI (Confederazione Nazionale degli Investigatori Privati Italiani)**

Confederazione Nazionale degli Investigatori Privati Italiani è una libera associazione professionale, volta a tutelare gli interessi della categoria degli Investigatori Privati Italiani ed Esteri autorizzati e o abilitati, operanti sul territorio dello Stato Italiano o che tutelano interessi di enti italiani all'estero.

### **Consiglio europeo**

Il Consiglio europeo riunisce i Capi di Stato o di governo dei quindici Stati membri dell'Unione europea e il Presidente della Commissione europea. Esso non va confuso né con il Consiglio d'Europa (che è un'organizzazione internazionale), né con il Consiglio dell'Unione Europea. Ospitato dallo Stato che esercita la presidenza del Consiglio, il Consiglio europeo scandisce

la vita politica e lo sviluppo dell'Unione europea riunendosi almeno due volte l'anno (generalmente nei mesi di giugno e di dicembre).

### **Contratto a tempo determinato**

Tra le tipologie di lavoro dipendente, il contratto di lavoro può essere a tempo indeterminato (il cosiddetto "posto fisso"), o a tempo determinato, a seconda che le parti abbiano apposto un termine finale alla durata del rapporto.

E' possibile stipulare un contratto a termine nei seguenti casi stabiliti dalla legge:

lavori stagionali;

sostituzione di lavoratori assenti;

esecuzione di lavori straordinari od occasionali;

lavorazioni a fasi successive che richiedano maestranze diverse, per specializzazione, a quelle usualmente impiegate limitatamente alle fasi complementari ed integrative;

lavoratori dello spettacolo;

dirigenti;

lavoratori in mobilità;

sostituzione di lavoratori tossicodipendenti in cura presso strutture;

assunzioni in lavori che presentano delle punte stagionali;

ipotesi contemplate nei contratti collettivi di lavoro.

La forma del contratto con l'apposizione del termine è priva di effetto se non risulta da atto scritto. Le recenti riforme prevedono un margine di tempo entro il quale il rapporto può proseguire senza trasformarsi automaticamente in contratto a tempo indeterminato: 20 o 30 giorni per contratti stipulati inizialmente per periodi rispettivamente inferiori o superiori ai 6 mesi; per il lavoratore è prevista una maggiorazione della retribuzione pari al 20% sino al 10° giorno successivo alla scadenza iniziale, ed al 40% per ogni giorno ulteriore. Il contratto viene convertito obbligatoriamente a tempo indeterminato se la prestazione lavorativa supera il 30° giorno dalla data di

scadenza. Se il lavoratore viene riassunto a termine entro 10 o 20 giorni dalla scadenza di un precedente contratto a tempo determinato, rispettivamente di durata inferiore o superiore ai 6 mesi, tale nuovo contratto viene a considerarsi a tempo indeterminato.

Il lavoratore assunto a tempo determinato ha gli stessi diritti e gli stessi obblighi degli altri colleghi. Gli spettano le ferie e la tredicesima ed ogni altro trattamento previsto per i lavoratori assunti a tempo indeterminato. Al termine del rapporto di lavoro il lavoratore ha diritto alla corresponsione del trattamento di fine lavoro proporzionato alla durata del contratto stesso, pari alla liquidazione.

L'estinzione naturale del contratto a tempo determinato si verifica automaticamente, con la scadenza del termine. Se il contratto non supera i 4 mesi nell'anno solare, non si perde l'iscrizione al collocamento.

Riferimenti legislativi: L.196/97 art.12.

### **Contratto a tempo parziale/*Part - time***

Meglio conosciuto come lavoro part-time (può essere a sua volta stipulato con contratto a termine o a tempo indeterminato), è un rapporto di lavoro caratterizzato da una riduzione dell'orario di lavoro rispetto a quello ordinario. Pertanto, il rapporto di lavoro part-time si differenzia dal rapporto di lavoro a tempo pieno solo per la riduzione quantitativa dell'orario. Conseguentemente a ciò, restano al datore di lavoro e al lavoratore gli stessi diritti e gli stessi obblighi.

L'articolazione dell'orario di lavoro part-time è così suddivisa: part-time orizzontale, in cui il lavoratore presta la propria attività per tutti giorni della settimana o del mese (es.4 ore di lavoro per 5 giorni alla settimana); part-time verticale, in cui il lavoratore presta la propria attività a orario intero solo per alcuni giorni della settimana o del mese, per cui in altri non lavora (es. 8 ore di lavoro solo il sabato e la domenica); part-time ciclico, in cui il lavoro viene svolto solo in determinati periodi prestabiliti dell'anno (es. solo nei mesi di giugno, luglio, agosto).

Anche nel part-time il rapporto di lavoro nasce sempre da un contratto, ossia da un accordo tra azienda e lavoratore. Tale intesa può avvenire al momento dell'assunzione o subentrare a rapporto di lavoro già instaurato, per ridurre un orario di lavoro inizialmente a tempo pieno.

Qualora l'azienda intenda assumere nuovo personale a tempo pieno, con le medesime mansioni dei lavoratori part-time, questi ultimi godono del diritto di precedenza a rientrare a tempo pieno, con priorità per coloro che, già dipendenti, avevano trasformato il rapporto di lavoro da tempo pieno a tempo parziale. E' importante sottolineare che, se si lavora part-time fino a 20 ore settimanali non si perde l'iscrizione al collocamento.

Riferimenti legislativi: L.863/84, art. 5.

### **Contratto di collaborazione coordinata e continuativa**

In via esemplificativa possono essere definiti collaboratori coordinati e continuativi:

i professionisti sprovvisti di cassa previdenziale;

gli amministratori e i sindaci di società (quando non svolgono tale attività come professionisti abilitati da ordini professionali e coperti da cassa di assistenza);

i professionisti con cassa previdenziale, limitatamente ai redditi di natura autonoma esclusi dal contributo della cassa previdenziale;

i collaboratori a giornali, riviste, enciclopedie e simili, tranne i casi in cui si rientri nel "diritto di autore";

i partecipanti a collegi e commissioni; procacciatori di affari non iscritti alla cassa commercianti;

coloro che svolgono attività di collaborazione coordinata e continuativa senza vincolo di subordinazione;

coloro che svolgono attività sportive, quando non rientrano nell'obbligo contributivo dell'ENPALS;

pensionati che svolgono lavoro non dipendente.

Non possono entrare tra i collaboratori coordinati e continuativi ed essere soggetti al contributo:

gli agenti e rappresentanti;

i professionisti per attività connesse con la loro professione (ad esempio commercialisti che assumono cariche sociali di sindaco o amministratore o svolgono attività di consulenza alle imprese);

i procacciatori di affari iscritti alla cassa commercianti; le attività del tutto occasionali.

Le persone che rientrano tra forme di collaborazione coordinata e continuativa sono soggette a contribuzione obbligatoria da versare all'INPS. L'Istituto Nazionale Previdenza è l'ente che raccoglie i contributi di tutte le categorie obbligate alla copertura previdenziale (artigiani, commercianti, lavoratori dipendenti). L'aliquota contributiva di riferimento è il 13% per la generalità dei collaboratori. In considerazione di particolari valutazioni di carico previdenziale la aliquota viene ridotta al 10% per coloro che svolgono attività coordinata e continuativa essendo pensionati, artisti o proscutori volontari di altre forme contributive. Di tali percentuali i due terzi è a carico del datore di lavoro e un terzo a carico del collaboratore.

Il collaboratore che intende sviluppare una collaborazione coordinata e continuativa nei confronti di una azienda, si deve iscrivere all'INPS. L'iscrizione all'INPS è effettuata attraverso un modulo che raccoglie i dati del collaboratore. L'istituto di previdenza successivamente, assegna un codice identificativo personale che contraddistingue i versamenti contributivi a favore dello singolo collaboratore.

A differenza di ogni altra forma contributiva la azienda non deve effettuare a sua volta alcuna iscrizione agli enti previdenziali. Deve solo provvedere al pagamento dei contributi e alla fine dell'anno solare riepilogare la situazione contributiva e fiscale del dipendente con un modello (sistema GLA per INPS e 770 per le imposte).

Ogni compenso percepito in denaro o in natura dal collaboratore è soggetto ad imposte e contributi. Per i rimborsi spese si fa riferimento alle regole

definite per i dipendenti. L'uso della autovettura concessa dalla società al collaboratore non è oggetto di imposte se utilizzata ai soli fini della attività svolta. Se invece viene utilizzata anche per uso personale va assoggettata a contributi e imposte su valori convenzionali. Alcuni compensi sono esclusi dalla base imponibile contributiva in quanto derivanti da attività non connesse con la collaborazione coordinata e continuativa, come ad esempio i diritti di autore derivanti da opere di ingegno.

Fin dal 1 Gennaio 2000 tali collaboratori vanno iscritti ad INAIL, qualora la loro attività rientri tra quelle per le quali INAIL ha previsto un rischio assicurato. Obbligato ad adempiere a tale iscrizione è il datore di collaborazione, che dovrà anche effettuare la denuncia annuale delle retribuzioni e versare i relativi contributi. Anche per la contribuzione INAIL i due terzi sono a carico ditta e un terzo a carico collaboratore. Il datore di lavoro deve inoltre registrare i dati individuali del collaboratore nel libro matricola, come per tutti gli altri dipendenti.

Dal 1 Gennaio 2001 è inoltre previsto che il datore di lavoro inserisca i compensi erogati e le relative trattenute sui documenti paga previsti per i collaboratori dipendenti.

### **Contratto di collaborazione occasionale**

Non sussiste nel nostro ordinamento legislativo una specifica disciplina in materia. Il rapporto di lavoro con contratto di collaborazione occasionale costituisce l'ambito del lavoro autonomo privo dei caratteri di abitudine e professionalità (che contraddistinguono i redditi di cui al comma 1 dell'art. 49 del citato TUIR) e privo degli elementi della continuità e della coordinazione.

E' pertanto una forma di rapporto di lavoro non riconducibile alla subordinazione e che rientra, proprio perché priva del rapporto coordinato, nel campo del lavoro autonomo quale prestazione d'opera occasionale in quanto non costituisce professione abituale.

Sulla carta è ammessa anche l'ipotesi di rapporto di lavoro con contratto di collaborazione occasionale svolto nell'ambito della coordinazione funzionale del committente.

La pattuizione del compenso per la prestazione in questione è demandata al rapporto tra le parti. Sul piano previdenziale tale possibile forma di rapporto di lavoro non è soggetta ad alcun obbligo. Nel rispetto delle caratteristiche che gli sono proprie non sussistono limiti all'utilizzo di tale forma di rapporto di lavoro.

Anche tale possibile forma di rapporto di lavoro è assoggettata ai vincoli fiscali dati.

### **Contratto di formazione lavoro**

Il Cfl è un contratto a tempo determinato che prevede per il lavoratore un'attività lavorativa accompagnata da momenti di formazione e per il datore di lavoro degli sgravi contributivi. Da un lato, infatti, il lavoratore deve fornire la sua prestazione lavorativa, come contropartita il datore di lavoro lo deve retribuire e gli deve fornire una formazione mirata al conseguimento della qualifica indicata nel progetto formativo.

I datori di lavoro che hanno facoltà di stipulare Cfl sono: enti pubblici ed economici, imprese e loro consorzi, gruppi di imprese, associazioni professionali, socio culturali, sportive, fondazioni, datori di lavoro iscritti agli professionali, enti pubblici di ricerca.

I Cfl sono di 2 tipi: il contratto di tipo A ha la durata di 2 anni, riguarda professionalità intermedie (80 ore di formazione), ed elevate (130 ore di formazione). Quello di tipo B ha la durata di 1 anno e coinvolge professionalità che richiedono un periodo di formazione molto più breve, (20 ore). In questo caso le agevolazioni per le imprese spettano solo se il contratto è confermato a tempo indeterminato. Entrambi i contratti prevedono la forma scritta. Accedono ai Cfl i giovani compresi tra i 16 e i 32 anni non compiuti. E prevista l'elevazione dell'età massima per l'assunzione

tramite Cfl per soggetti portatori di handicap, sulla base di progetti previsti dai contratti collettivi nazionali.

Per la retribuzione di chi viene assunto con un Cfl, bisogna specificare che la persona può essere inquadrata ad un livello inferiore rispetto a quello dovuto. Il Cfl è un contratto a tempo determinato, si estingue con la scadenza del termine; quindi, una volta che il contratto si è estinto, il datore di lavoro è libero di dare disdetta o di convertire il contratto in rapporto a tempo indeterminato. In tal caso il periodo di formazione lavoro si computa nell'anzianità di servizio. Se si posseggono ancora i requisiti richiesti, si può essere assunti con un Cfl presso un'altra azienda per altre mansioni.

Riferimenti legislativi: L.196/97 art.15, L.863/84 art.3, L.451/94 art.16, C. M. 17 febbraio 97 n°20, L.608/96 art.9.

### **Controllo di coerenza**

Tipo di verifica che viene effettuata per evidenziare ed eventualmente correggere eventuali errori di congruenza tra gruppi di risposte.

In genere questo tipo di controllo viene effettuato a posteriori, cioè dopo la fase di rilevazione dei dati, ma grazie ai sistemi di rilevazione informatizzati (questionari elettronici) oggi viene svolto durante la rilevazione, offrendo la possibilità di correggere eventuali incoerenze in tempo reale.

### **Controllo di qualità dei dati**

La qualità dei dati statistici è pensata in termini di quattro maggiori caratteristiche di qualità della fonte dei dati statistici:

- rilevanza degli argomenti e dei concetti statistici utilizzati;
- accuratezza delle stime, riguardante la vicinanza dei valori stimati ai valori veri (ma sconosciuti) della popolazione;
- tempestività (puntualità / regolarità) di divulgazione, si riferisce al tempo trascorso tra osservazione / raccolta dati e dati/ validità dell'output;
- accessibilità dei dati e chiarezza delle informazioni offerte, considerando i requisiti di facile accesso ai dati e flessibilità nell'uso dei dati.



A queste si aggiungono altre caratteristiche della qualità che ne aumentano l'importanza:

- confrontabilità, che punta a confronti attendibili di statistiche accessibili attraverso lo spazio, tra domini tematici e nel tempo;
- coerenza, che implica relazioni chiare e semplici tra corpi di dati, o statistiche.

Infine, in termini di versatilità in un campo di contesti e situazioni di utilizzo dei dati secondario si potrebbe aggiungere un'altra caratteristica della qualità:

- completezza, afferma che, per domini con dati disponibili, le offerte statistiche riflettono i bisogni e le priorità espresse dagli utenti.

### **Convegno**

Non ha bisogno di continuità, periodicità o tradizione. Qualsiasi gruppo organizzato che vuole dibattere può utilizzare lo strumento del convegno. Spesso sono convegni di studio con ricerca a monte. Le dimensioni del gruppo sono ridotte e gli scambi sono conoscitivi.

### **Convention**

Riunione assembleare con lo scopo di presentare un nuovo prodotto e informare sui programmi, politiche economiche e di mercato dell'azienda stessa e motivare i partecipanti.

## **D**

### **Decreto Legislativo (in sigla D. Lgs.)**

Atto a contenuto normativo avente forza di legge adottato dal Governo su delega del parlamento; con esso il potere esecutivo esercita la potestà legislativa, fermo il dovere di attenersi ai principi e ai criteri direttivi fissati dalle camere nella legge delega, pena la illegittimità costituzionale del decreto legislativo medesimo.

### **Delega al Governo**

È una legge con la quale il Parlamento delega, cioè trasferisce al Governo il potere legislativo. La delega è solo temporanea, limitata ad uno specifico campo di applicazione e subordinata al rispetto di criteri direttivi. Il Governo deve attuare la delega emanando dei decreti legislativi che hanno il valore di una legge approvata dal Parlamento. Il Governo ha inoltre l'obbligo di presentare alle competenti commissioni parlamentari uno schema dei decreti legislativi perché venga verificato il rispetto dei criteri direttivi stabiliti dalla legge delega. Di solito il Governo ricorre alla legge delega quando si tratta di legiferare su una materia particolarmente tecnica, oppure quando vuole procedere in modo più spedito mettendosi al riparo da eventuali infortuni parlamentari.

### ***Diploma Supplement***

Certificazione integrativa del titolo ufficiale conseguito al termine di un corso di studi in una università o in un istituto di istruzione superiore. Corrisponde al modello europeo sviluppato per iniziativa della Commissione Europea, del Consiglio d'Europa e dell'Unesco e consiste nella descrizione della natura, del livello, del contesto, del contenuto e dello status degli studi effettuati e completati dallo studente. E' costituito da otto sezioni: dati anagrafici, titolo di studio, livello del titolo, curriculum e voti, funzioni del titolo, informazioni aggiuntive, certificazione, descrizione del sistema nazionale di istruzione superiore. E' un certificato che contiene solo dati ufficiali sulla carriera dello studente con esclusione di valutazioni discrezionali, dichiarazioni di equivalenza o suggerimenti relativi al riconoscimento.

## F

### **Figura professionale**

E' necessario distinguere la figura professionale dall'addetto. La figura professionale infatti può interessare più di un addetto. In questa indagine l'obiettivo è descrivere funzioni e competenze delle figure professionali e non dei singoli addetti; si chiederanno quindi le funzioni e le competenze svolte principalmente, evitando le eventuali specificazioni relative magari a diverse persone che ricoprono il ruolo di un'unica figura professionale.

### ***Focus group***

Il *focus group* è una riunione di gruppo durante la quale ha luogo un'intervista rivolta ad un gruppo di persone, chiamate anche testimoni privilegiati, per approfondire un tema o particolari aspetti di un argomento e raccogliere dati qualitativi.

### **Forma giuridica di un'azienda**

Per poter svolgere un'attività imprenditoriale è necessario identificarsi in una delle forme giuridiche previste dalla vigente normativa.

Un'impresa può essere esercitata sotto forma di:

- 1) *Impresa individuale*: l'imprenditore assume la responsabilità ed i rischi connessi alla gestione dell'attività economica rispondendone con il proprio patrimonio personale. E' soggetto al fallimento salvo che non sia qualificabile come piccolo imprenditore.
- 2) *Impresa familiare*: l'impresa familiare, pur vedendo la partecipazione di più soggetti oltre al titolare, è assoggettata al medesimo trattamento giuridico dell'impresa individuale.
- 3) *Società*: si configura una società quando due o più persone si accordano per svolgere insieme una attività economica allo scopo di dividerne gli utili. Le forme societarie sono suddivise in:

- società semplice;
- società di persone: società in nome collettivo (s.n.c.),  
società in accomandita semplice (s.a.s.);
- società di capitali: società a responsabilità limitata (s.r.l.),  
società per azioni (s.p.a.),  
società in accomandita per azioni (s.a.p.a.),  
società cooperativa.

4) *Altre forme di lavoro autonomo.*

## I

### **Indagine statistica**

E' il complesso delle operazioni rivolte ad acquisire informazioni sulla popolazione oggetto dello studio. Le fasi di un'indagine statistica sono: 1) definizione degli obiettivi, 2) pianificazione della raccolta dei dati, 3) rilevazione dei dati, 4) elaborazione metodologica, 5) presentazione dei risultati, 6) utilizzazione dei risultati della ricerca.

### **Intermediazione**

Consiste nella mediazione tra domanda e offerta di lavoro, rivolta anche a persone disabili e lavoratori svantaggiati. Tale attività viene realizzata mediante: raccolta dei *curricula* dei potenziali lavoratori, preselezione e costituzione di una banca dati, promozione e gestione dell'incontro tra domanda e offerta di lavoro, effettuazione su richiesta del committente di tutte le comunicazioni conseguenti alle assunzioni avvenute a seguito della attività di intermediazione, orientamento professionale, progettazione ed erogazione di attività formative finalizzate all'inserimento lavorativo.

### **Intervista pilota**

Prima di dare l'avvio alla fase di rilevazione dei dati vera e propria, si svolgono in genere una serie di interviste "di prova", utilizzate principalmente per testare gli strumenti di rilevazione (questionari). L'obiettivo sarà quindi quello di individuare e correggere eventuali errori, formulare eventuali altre domande, verificare l'esistenza e l'adeguatezza di tutti i percorsi di risposte possibili, testare la lunghezza (in termini di tempo) dell'intervista.

### **ISFOL (Istituto per la Formazione dei Lavoratori)**

L'ISFOL, Ente pubblico di ricerca scientifica, opera in collaborazione con il Ministero del Lavoro, Regioni, Partì Sociali, altre Amministrazioni dello Stato, Unione Europea ed Organismi Internazionali, per lo sviluppo della formazione professionale. L'istituto è stato costituito con Decreto del Presidente della Repubblica n. 478 del 30.6.1973, modificato con D.P.R. n.616 del 24.7.1977 Scopi istituzionali dell'Ente sono le attività di ricerca e studio, sperimentazione, assistenza tecnica in materia di: - fabbisogni formativi, qualificazioni, struttura delle professioni, professionalità emergenti; - programmazione e progettazione formativa, offerta di formazione, rapporti tra sistemi - formativi, valutazione; - aspetti curricolari, metodologici, didattici e normativi, multimedialità - politiche dell'impiego e specifiche sezioni e fasce del mercato del lavoro. L'Isfol è organizzato in Aree di ricerca sulle tematiche istituzionali ed in settori amministrativi ed alcuni Progetti d'Istituto: - Metodologie per la formazione; - Sistemi Formativi; - Mercato del Lavoro; - Ricerche sull'Informazione e la Documentazione; - Ricerche sulle Professioni; - Sperimentazione formativa; - Studi istituzionali e normativi.

### **Italcongressi (Associazione Italiana Relazioni Internazionali Congressuali)**

Nata nel 1975 per volontà di un gruppo di pionieri del settore che già allora ne avevano percepito le forti potenzialità, Italcongressi è un'associazione "no profit" che ha lo scopo di valorizzare l'attività congressuale e di promuoverne nella forma più ampia lo sviluppo quale fatto culturale, economico e sociale.

## **M**

### ***Meeting***

Significa "incontro" ed è utilizzato all'interno di strategie aziendali. Sono incontri nell'ambito di un universo ben preciso.

## **P**

### **Parlamento europeo**

Il Parlamento europeo riunisce i rappresentanti dei 370 milioni di cittadini dell'Unione europea. Dal 1979 i parlamentari sono eletti a suffragio universale diretto. I seggi sono attualmente 626, ripartiti tra gli Stati membri in funzione della consistenza delle rispettive popolazioni.

Le principali funzioni del Parlamento europeo sono le seguenti:

- esamina le proposte della Commissione ed è associato al Consiglio nel processo legislativo, anche in qualità di colegislatore, secondo modalità differenti (procedura di codecisione, di cooperazione, parere conforme, parere semplice...);

- esercita un potere di controllo sulle attività dell'Unione attraverso l'investitura della Commissione europea (e la facoltà di censurarla), nonché attraverso interrogazioni scritte od orali che può rivolgere alla Commissione e al Consiglio;
- condivide con il Consiglio il potere di bilancio: il Parlamento vota il bilancio annuale, lo rende esecutivo attraverso la firma del Presidente del Parlamento e ne controlla l'esecuzione.

***Part – time***

Vedi “contratto a tempo parziale”.

**Parti sociali**

Insieme di associazioni che rappresentano il mondo dell'imprenditoria (organizzazioni datoriali) e delle organizzazioni dei lavoratori (organizzazioni sindacali).

***Poster Session***

Particolare riunione con discussione svolta su comunicazioni scritte su poster affissi a pannelli o diapositive.

## **R**

**Rapporti di collaborazione**

Per rapporti di collaborazione si intendono rapporti instaurati, sotto forma di accordo, con altre società o agenzie specializzate nello svolgimento di attività affini a quella svolta dall'impresa intervistata. Ad esempio alcune società di ricerca e selezione di personale hanno rapporti di collaborazione con agenzie di *outplacement*, oppure alcune agenzie pubblicitarie hanno rapporti con agenzie di concessione degli spazi pubblicitari, ecc..

### **Regolamentazione RSP**

La nuova regolamentazione per le Società di Ricerca e Selezione del Personale viene enunciata nell'ultima modifica dell'articolo 10 del Decreto Legislativo 469/1997.

### **Ricerca e selezione del personale**

Consiste nel ricercare ed individuare il lavoratore più idoneo a soddisfare le esigenze di un'impresa. Presuppone l'esercizio di varie attività quali l'analisi delle esigenze dell'impresa, la realizzazione di un programma di ricerca delle candidature più idonee, la valutazione dei profili individuati, l'eventuale formazione dei candidati per l'inserimento nel contesto lavorativo e l'assistenza nella prima fase dell'inserimento.

### **Rilevatore**

Colui che, durante la fase di raccolta dei dati in un'indagine statistica, ha il compito appunto di rilevare i dati tramite modalità opportune e predefinite. Le metodologie utilizzate per raccogliere i dati che necessitano di rilevatori sono le interviste faccia a faccia e quelle telefoniche.

## **S**

### **Seminario**

Incontro con competenze diverse tra loro, ma con un interesse comune che si riuniscono per un aggiornamento. Il programma di un seminario ha lo scopo di arricchire le conoscenze professionali.

### **Simposi**

Partecipazione esclusivamente su invito. Tratta temi specialistici e avanti nel campo della ricerca. Alcune volte un simposio si trasforma in un seminario.



### **Somministrazione di lavoro**

Consiste nel mettere a disposizione di soggetti terzi (utilizzatori) la prestazione di lavoro subordinato di lavoratori direttamente assunti dal somministratore. Il lavoratore è quindi a tutti gli effetti dipendente dell' Agenzia di somministrazione, ma lavora presso un altro soggetto da cui riceve le direttive per lo svolgimento della propria attività.

### **Stima statistica**

La stima statistica è un metodo di induzione o di inferenza, che porta a generalizzare i risultati ottenuti sul campione all'intera popolazione.

### **Supporto alla collocazione professionale**

Consiste nel ricollocare nel mercato un lavoratore o un gruppo di lavoratori, su specifico incarico del committente, anche in base ad accordi sindacali. La ricollocazione è realizzata grazie ad attività di preparazione e di formazione specifica della persona o del gruppo, di accompagnamento e affiancamento nello svolgimento della nuova attività.

## **T**

### **Tavola rotonda**

Gruppo d'esperti riuniti su base paritaria, che passano in rassegna e discutono argomenti specialistici e professionali. Spesso è svolto davanti ad un pubblico, svolgendo anche dibattiti con lo scopo di arricchire le conoscenze del pubblico.

### **Terziarizzazione**

Questo termine indica il progressivo crescere della quota di addetti e di prodotto in settori diversi da quello dell'agricoltura e dell'industria, e cioè nel settore del commercio, degli esercizi pubblici, dei trasporti e

telecomunicazioni, dei crediti e delle assicurazioni, dei servizi professionali e della locazione di immobili, e nella pubblica amministrazione.

### **Tirocinio formativo (o *stage*)**

Gli stage o tirocini di formazione e orientamento rappresentano ormai da tempo il modo più immediato e anche più frequente per raggiungere un'impresa e quindi il mercato del lavoro. Fino al 1997, tuttavia, data dell'introduzione dell'art.18 della legge 196, meglio nota come legge Treu, mancava una normativa coerente ed esaustiva al riguardo. Con il decreto n.142, varato dal Ministero del Lavoro il 25 marzo '98, è stata poi data attuazione all'art.18 della legge 196/97 con l'introduzione di alcune importanti modifiche, quali:

- l'estensione della platea dei soggetti promotori anche agli enti privati senza fini di lucro;
- gli oneri burocratici a carico dei soggetti promotori;
- l'inserimento tra gli utenti anche dei disoccupati e degli inoccupati;
- l'inserimento delle Agenzie per la promozione dell'impiego e degli Uffici del Lavoro come soggetti promotori per facilitare l'ingresso in azienda di chi non ha lavoro.

Il tirocinio formativo, quale strumento per l'acquisizione di un'esperienza professionale pratica, si rivolge a soggetti che abbiano adempiuto l'obbligo scolastico e può essere utilizzato anche per consentire agli individui in cerca di occupazione di rientrare nel mondo del lavoro. Si rivolge anche a cittadini di stati membri della comunità europea o a cittadini extra comunitari, fatto salvo il principio di reciprocità. Il tirocinante è un ospite e come tale deve adeguarsi alle regole dell'azienda che lo accoglie, rispettandone le norme in materia di igiene, sicurezza e salute sui luoghi di lavoro. I tirocini attivati ai sensi dell'art.18 L.196/97 hanno comunque valore di credito formativo, se certificati dall'ente promotore.

Gli enti promotori individuati dal regolamento sono le agenzie regionali per l'impiego e sezioni circoscrizionali per l'impiego, le direzioni provinciali del

lavoro, le università, i provveditorati agli studi, le scuole statali, quelle private parificate, i centri di formazione e/o orientamento pubblici o convenzionati, le comunità terapeutiche e cooperative sociali, i servizi di inserimento lavorativo per disabili ed infine le istituzioni formative private, senza fini di lucro.

Ai soggetti promotori spetta l'onere di assicurare i tirocinanti contro gli infortuni sul lavoro presso l'INAIL oltre che per la responsabilità civile verso terzi e su di loro ricade la responsabilità di elaborare il progetto formativo e di orientamento contenente le modalità di attuazione dello stage. Nell'elaborazione di questo progetto i soggetti promotori godono di un'ampia discrezionalità. I rapporti tra soggetti promotori e azienda ospitante sono regolati da apposite convenzioni che descrivono gli aspetti fondamentali del tirocinio.

I soggetti che ospitano i tirocinanti sono tenuti a favorire l'esperienza dello stagista nell'ambiente di lavoro. Dovrebbero, inoltre, garantire la presenza di un tutore come responsabile didattico – organizzativo delle attività. Non configurandosi come rapporto di lavoro, il tirocinio formativo non comporta l'obbligo, a carico del soggetto ospitante, di pagare retribuzioni o contribuzioni al tirocinante. Per le aziende che impegnano giovani provenienti da regioni del sud Italia è possibile ottenere il rimborso totale o parziale degli oneri finanziari sostenuti per coprire le spese di vitto e alloggio del tirocinante. Per quanto attiene la durata massima dei tirocini formativi, la legge fissa il limite in 4 mesi per gli studenti della scuola secondaria superiore, in 6 mesi per gli allievi degli istituti professionali di Stato, di corsi di formazione professionale, di attività formative post-diploma o post-laurea e i disoccupati/inoccupati, in 12 mesi per gli studenti universitari e per i soggetti svantaggiati ed in 24 mesi per i portatori di handicap.

### ***Turnover***

Serie di uscite ed entrate di personale che però non vanno a modificare il numero totale di addetti impiegati nell'impresa (ricambio di personale).

## U

### **Unicom**

Unione Nazionale Imprese di Comunicazione.

### **Unindustria Padova**

Unione degli Industriali della Provincia di Padova è tra le prime associazioni dell'industria in Italia e svolge compiti di rappresentanza per la piccola e per la media impresa con sede principale o sede secondaria o che comunque eserciti la propria attività nella Provincia di Padova.

### **Unità locale**

Luogo in cui lavorano una o più persone per conto di una stessa impresa.

Il luogo variamente denominato (stabilimento, laboratorio, negozio, officina, ristorante, albergo, bar, ufficio, agenzia, magazzino, studio professionale, abitazione, scuola, ospedale, dogana, intendenza, ecc.) in cui si realizza la produzione di beni o nel quale si svolge o si organizza la prestazione di servizi destinabili o non destinabili alla vendita.

### **UPA**

Unione Provinciale Artigiani.

## W

### ***Workshop***

Riunione di un gruppo stretto e selezionato per apprendere nuove tecniche lavorative, oppure con lo scopo di far incontrare tra loro acquirenti e produttori per fornire informazioni riguardo il prodotto.

# ALLEGATI



# **ALLEGATO A1**

*Lettera di invito al focus group  
organizzato per  
imprese di pulizia e disinfestazione*





**UFFICIO FORMAZIONE**

SPETT.LE DITTA

Padova, 12 luglio 2004

Prot. n. IT/fd

Oggetto: Progetto Osservatorio Mercato  
del Lavoro ENTE BILATE-  
RALE-Conferma focus group.

**Alla c.a. del Titolare.**

L'Ente Bilaterale della provincia di Padova, organismo paritetico costituito da ASCOM - Confcommercio e dai sindacati confederali dei lavoratori FILCAMS - CGIL, FISASCAT - CISL, UILTUCS - UIL, ha dato vita, in attuazione delle proprie finalità statutarie, ad un Osservatorio del Mercato del Lavoro al quale sono affidati compiti di studio.

L'Ente Bilaterale ha affidato all'Ascom Servizi Padova srl la realizzazione dell'Osservatorio succitato, dando così avvio alla ricerca, svolta in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Statistiche dell'Università di Padova.

La ricerca interessa il settore dei *servizi alle imprese*; con l'obiettivo precipuo di fornire previsioni sui fabbisogni occupazionali, si rende necessario utilizzare il metodo del *focus group*, ossia della libera discussione tra un gruppo di esperti, coordinata da un moderatore.

Ci pregiamo confermare a codesta Spett.le Azienda l'appuntamento fissato, come d'accordo, **alle ore 16.00 di venerdì 16 luglio p.v. presso la sala Morassutti dell'Ascom Servizi Padova srl - P.zza V. Bardella 3 - 35131 Padova.** Si allega mappa stradale per raggiungere la sede dell'incontro.

Ringraziando fin d'ora per l'attenzione che verrà prestata all'iniziativa e per la cortese collaborazione, porgiamo i più distinti saluti.

L'Amministratore Delegato  
(Dr. L. Vianello)

Il Presidente  
dell'Ente Bilaterale  
(F. Zilio)

p. il Dipartimento  
di Scienze Statistiche  
(Prof. L. Fabbris)



## **ALLEGATO A2**

*Lettera di invito al focus group  
organizzato per  
imprese di investigazione e vigilanza*



**UFFICIO FORMAZIONE**

SPETT.LE DITTA

Padova, 21 settembre 2004

Prot. n. IT/fd

Oggetto: Progetto Osservatorio Mercato  
del Lavoro ENTE BILATE-  
RALE-Conferma focus group.

**Alla c.a. del Titolare.**

L'Ente Bilaterale della provincia di Padova, organismo paritetico costituito da ASCOM - Confcommercio e dai sindacati confederali dei lavoratori FILCAMS - CGIL, FISASCAT - CISL, UILTUCS - UIL, ha dato vita, in attuazione delle proprie finalità statutarie, ad un Osservatorio del Mercato del Lavoro al quale sono affidati compiti di studio.

L'Ente Bilaterale ha affidato all'Ascom Servizi Padova srl la realizzazione dell'Osservatorio succitato, dando così avvio alla ricerca, svolta in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Statistiche dell'Università di Padova.

La ricerca interessa il settore dei *servizi alle imprese*; con l'obiettivo precipuo di fornire previsioni sui fabbisogni occupazionali, si rende necessario utilizzare il metodo del *focus group*, ossia della libera discussione tra un gruppo di esperti, coordinata da un moderatore.

Ci pregiamo confermare a codesta Spett.le Azienda l'appuntamento fissato **alle ore 16.00 di venerdì 1 ottobre p.v. presso la sala Morassutti dell'Ascom Servizi Padova srl - P.zza V. Bardella 3 - 35131 Padova.** Si allega mappa stradale per raggiungere la sede dell'incontro.

Ringraziando fin d'ora per l'attenzione che verrà prestata all'iniziativa e per la cortese collaborazione, porgiamo i più distinti saluti.

L'Amministratore Delegato  
(Dr. L. Vianello)

Il Presidente  
dell'Ente Bilaterale  
(F. Zilio)

p. il Dipartimento  
di Scienze Statistiche  
(Prof. L. Fabbris)



## **ALLEGATO A3**

*Lettera di presentazione per intervista faccia a faccia*





**UFFICIO FORMAZIONE**

SPETT.LE DITTA

Padova, 29 ottobre 2004

Prot. n. IT/fd

Oggetto: Progetto Osservatorio Mercato del  
Lavoro ENTE BILATERALE.  
Richiesta di collaborazione alla  
ricerca – intervista faccia a faccia.

L'Ente Bilaterale della provincia di Padova, organismo paritetico costituito da ASCOM - APPE Confcommercio e dai sindacati confederali dei lavoratori FILCAMS - CGIL, FISASCAT - CISL, UILTUCS - UIL, ha dato vita, in attuazione delle proprie finalità statutarie, all'Osservatorio del Mercato del Lavoro. A quest'ultimo sono affidati vari compiti di studio della realtà locale che vanno dalla stima del fabbisogno occupazionale nei settori del commercio, del turismo e dei servizi, alla produzione di statistiche e dati che possano essere di indirizzo nel campo dell'orientamento professionale, agevolando così il processo di incontro tra domanda ed offerta di lavoro.

L'Ente Bilaterale ha affidato all'Ascom Servizi Padova srl la realizzazione dell'Osservatorio succitato dando così avvio ad un'articolata ricerca, svolta in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Statistiche dell'Università di Padova.

Il progetto, articolato in varie fasi, interessa oggi il settore dei *servizi alle imprese*; in tale ambito, con l'obiettivo precipuo di fornire previsioni sui fabbisogni occupazionali, si rende necessario procedere alla realizzazione di una serie di interviste ad un campione rappresentativo di imprenditori. Ciò premesso si chiede di poter effettuare una visita presso codesta azienda affinché possa essere sottoposto ad un responsabile un questionario volto ad approfondire le tematiche di cui sopra.

A questa lettera farà seguito un contatto telefonico per verificare l'adesione all'iniziativa e fissare un eventuale incontro.

Ringraziando fin d'ora per l'attenzione che verrà prestata all'iniziativa e per la cortese collaborazione, porgiamo i più distinti saluti.

L'Amministratore Delegato  
(Dr. L. Vianello)

Il Presidente  
dell'Ente Bilaterale  
(F. Zilio)

p. il Dipartimento  
di Scienze Statistiche  
(Prof. L. Fabbris)



# **ALLEGATO A4**

*Lettera di presentazione per intervista telefonica*



**UFFICIO FORMAZIONE**

SPETT.LE DITTA

Padova, 26 ottobre 2004

Prot. n. IT/fd

Oggetto: Progetto Osservatorio Mercato del  
Lavoro ENTE BILATERALE.  
Richiesta di collaborazione alla  
ricerca – intervista telefonica.

**Alla c.a. del Titolare.**

L'Ente Bilaterale della provincia di Padova, organismo paritetico costituito da ASCOM - APPE Confcommercio e dai sindacati confederali dei lavoratori FILCAMS - CGIL, FISASCAT - CISL, UILTUCS - UIL, ha dato vita, in attuazione delle proprie finalità statutarie, all'Osservatorio del Mercato del Lavoro. A quest'ultimo sono affidati vari compiti di studio della realtà locale che vanno dalla stima del fabbisogno occupazionale nei settori del commercio, del turismo e dei servizi, alla produzione di statistiche e dati che possano essere di indirizzo nel campo dell'orientamento professionale, agevolando così il processo di incontro tra domanda ed offerta di lavoro.

L'Ente Bilaterale ha affidato all'Ascom Servizi Padova srl la realizzazione dell'Osservatorio succitato dando così avvio ad un'articolata ricerca, svolta in collaborazione con il Dipartimento di Scienze Statistiche dell'Università di Padova.

Il progetto, articolato in varie fasi, interessa oggi il settore dei *servizi alle imprese*; in tale ambito, con l'obiettivo precipuo di fornire previsioni sui fabbisogni occupazionali, si rende necessario procedere alla realizzazione di una serie di interviste ad un campione rappresentativo di imprenditori. La Vostra azienda risulta tra quelle selezionate. Chiediamo, perciò, la Vostra collaborazione per la realizzazione di un'intervista telefonica durante la quale Vi verrà sottoposto un semplice questionario (del quale anticipiamo in allegato alcune domande in merito alle quali è opportuno reperire in anticipo informazioni).

Un nostro incaricato Vi contatterà telefonicamente per sottoporvi il questionario. Le risposte fornite saranno coperte da segreto statistico (ex art. 9, D. Lgs. 322/89). Saranno, inoltre, diffuse solo in forma aggregata così che non se ne possa fare alcun riferimento personale (ex L. 675/97).

Ringraziando anticipatamente per la preziosa collaborazione, cogliamo l'occasione per porgere distinti saluti.

L'Amministratore Delegato  
(Dr. L. Vianello)

Il Presidente  
dell'Ente Bilaterale  
(F. Zilio)

p. il Dipartimento  
di Scienze Statistiche  
(Prof. L. Fabbris)



# **ALLEGATO B1**

*Questionario traccia per focus group*





## Questionario per *focus group* imprese di investigazione e vigilanza

**1. *Nell'impresa sono individuabili aree funzionali con un responsabile? Se sì, quali sono?***

Sulla lavagna indicare, da una parte, i casi di assenza di aree con responsabile, e dall'altra parte, in eventuale ordine gerarchico, le aree funzionali che hanno un responsabile.

**2. *Nel corso degli ultimi 12 mesi, quindi grosso modo da ottobre dell'anno scorso,***

- Avete assunto nuovo personale (oltre al turnover)? Se sì, quante persone?
- Che tipo di figure professionali avete assunto?
- Quali competenze avete richiesto al personale in entrata? [figura per figura]
- Avete riscontrato dei *gap* tra le competenze richieste e possedute dal personale in entrata; se sì, quali sono i motivi?

**3. *Nell'arco dei prossimi 2 anni, pensate che ci saranno assunzioni di nuovo personale (oltre al turnover)?***

- Quanti addetti pensate di assumere?
- Che tipologie di figure professionali ricercherete?



## **ALLEGATO B2**

*Questionario per intervista faccia a faccia*





*Servizio Stage e  
Mondo del lavoro*

**ASCOM SERVIZI PADOVA SRL**

***Osservatorio sul Mercato locale del Lavoro  
Ente Bilaterale***

**Indagine sul settore dei servizi alle imprese**

**Questionario**

Data \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / 200 \_\_\_\_

Codice ATECO \_\_\_\_\_

## A. L'IMPRESA

A.1. Si tratta di:

1. Studio legale
2. Studio notarile
3. Studio/società di contabilità, consulenza societaria, incarichi giudiziari, consulenza in materia fiscale
4. Studio/società di consulenza amministrativo-gestionale
5. Studi di architettura e ingegneria
6. Altri studi tecnici
7. Società di fornitura di lavoro interinale
8. Società di ricerca, selezione, collocamento e supporto per il ricollocamento di personale
9. Studi di mercato e sondaggi d'opinione
10. Studi di promozione pubblicitaria
11. Organizzazione ed allestimento di fiere, esposizioni, convegni

A.2. Ragione sociale: .....

A.3. Indirizzo: .....

A.4. Numeri di telefono:

----- / -----  
----- / -----

Fax: ----- / -----

E-mail: .....@.....

A.5. Può descrivermi brevemente la mission principale dell'impresa?

A.6. Forma giuridica dell'impresa:

- |                                    |                                      |
|------------------------------------|--------------------------------------|
| 1. Ditta individuale               | 2. Società per azioni                |
| 3. Società semplice o di fatto     | 4. Società a responsabilità limitata |
| 5. Società in nome collettivo      | 6. Società cooperativa               |
| 7. Società in accomandita semplice | 8. Studio associato                  |

A.7. In quale anno è iniziata l'attività dell'impresa? \_\_\_\_

A.8 *Avete accordi di collaborazione con altre società?*

1. Sì
2. No (**vai a A.10**)

A.9 *Per quali attività avete questi rapporti?*

.....  
.....  
.....

A.10 *Avete più di una unità locale/filiale nel territorio italiano?*

1. Sì, nel Veneto. *Quante?* \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_  
nel resto d'Italia. *Quante?* \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_
2. No

A.11 *Siete iscritti a qualche associazione di categoria?*

1. Sì. *Quale?* .....
2. No

## **B. IL RISPONDENTE**

B.1 *Nome e cognome:* .....

B.2 *Genere:*

1. Maschio
2. Femmina

B.3 *Età (in anni compiuti):*        \_\_\_ \_\_\_

B.4 *Titolo di studio:*

1. Licenza dell'obbligo
2. Diploma di scuola superiore (*Quale?* .....) )
3. Titolo universitario (*Quale?* .....) )

B.5 *Ruolo ricoperto nell'esercizio:*

1. Titolare, familiare del titolare, direttore
2. Responsabile della gestione del personale
3. Consulente
4. Altro ruolo (specificare) .....

B.6 *Quali attività/funzioni svolge il rispondente all'interno della società?*

.....  
.....  
.....  
.....

## C. IL SITO INTERNET

C.1 *L'impresa ha un proprio sito internet?*

1. Sì (www.....)
2. In via di realizzazione
3. No, non ancora **(vai a D.1)**

C.2 *Il sito internet viene/verrà utilizzato solo come vetrina informativa/pubblicitaria o anche a scopo interattivo (raccolta curricula, banche dati, possibilità di inserire direttamente da casa il curriculum, possibilità di accedere a documenti, richiesta di informazioni specifiche)?*

1. Solo come vetrina informativa/pubblicitaria
2. Anche a scopo interattivo (specificare) .....
3. Non si sa ancora

## D. CERTIFICAZIONE

D.1 *(Per le società di ricerca e selezione) L'impresa è accreditata?*

1. Sì
2. No
3. Hanno in programma l'accreditamento.

D.2 *Siete certificati, vi state certificando, avete in programma la certificazione oppure pensate che la certificazione non sia rilevante per i vostri obiettivi?*

1. Già certificata dall'anno: \_ \_ \_ \_
2. In via di certificazione
3. Hanno in programma la certificazione
4. La certificazione non è rilevante . *Perché?*.....  
..... **(vai a E.1)**

D.3 *(Se sono certificati, si stanno certificando o hanno in programma la certificazione) Quali sono i motivi che vi hanno spinto (spingono) a certificarvi?*



## CLIENTELA, OBIETTIVI E RISULTATI

E.1 *Considerando il vostro portafoglio clienti, si tratta prevalentemente di enti pubblici o di aziende private?*

1. Enti pubblici
2. Aziende private
3. Metà aziende private e metà enti pubblici
4. Altro. Specificare.....

E.2 **(Per le società di ricerca e selezione del personale)**

*I Vostri clienti si rivolgono a Voi prevalentemente per assunzioni, sostituzioni o per necessità stagionali?*

1. Per assunzioni
2. Per sostituzioni
3. Per necessità stagionali
4. Altro. Specificare.....

E.3 **(Per le società di ricerca e selezione del personale)**

*Per aggiornare le banche dati di curricula, che tipo di fonti utilizzate?*

1. Aspettiamo curricula
2. Ci rivolgiamo anche all'Università
3. Ci rivolgiamo anche all'Associazione di categoria
4. Altro. Specificare: .....

E.4 *Nell'ultimo anno, rispetto agli obiettivi che avevate fissato, avete ottenuto tutti o quasi i risultati desiderati, avete mancato vari obiettivi o avete fatto meglio del previsto?*

1. Meglio del previsto (**vai a E.6**)
2. Risultati desiderati, all'incirca (**vai a E.6**)
3. Mancato vari obiettivi

E.5 *Quali sono le cause principali?*

.....  
.....  
.....

E.6 *Nel prossimo futuro avete intenzione di investire nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali?*

1. Stanno investendo
2. Intenzionati ad investire
3. Non intenzionati ad investire
4. Dipende. Da cosa?.....

## F. IL PERSONALE

F.1 *Può dirmi quanti sono gli addetti dell'impresa, compresi il responsabile e gli eventuali famigliari che lavorano come coadiuvanti?*

- Totale \_\_\_\_\_
- Di cui part – time \_\_\_\_\_
- Di cui famigliari \_\_\_\_\_

F.2 *(Se lavorano famigliari) In quale ruolo coadiuvano i famigliari che lavorano all' interno dell' impresa?*

.....

.....

.....

.....

F.3 *Le persone in servizio (compresi i part-time) sono:*

	Sì	Quanti?
Dipendenti a tempo indeterminato	<input type="checkbox"/>	.....
Dipendenti a tempo determinato	<input type="checkbox"/>	.....
Lavoratori interinali	<input type="checkbox"/>	.....
Apprendisti / Contratti di formazione lavoro	<input type="checkbox"/>	.....
Contratti atipici (co.co.co, a progetto...)	<input type="checkbox"/>	.....

F.4 *Il personale che opera all' interno dell' impresa svolge le proprie mansioni in aree funzionali con un responsabile?*

1. Sì (**compilare per ogni area il mod\_1\_a**)
2. No (**compilare modulo area unica mod\_1\_b**)

F.5 *Vi rivolgete a consulenti esterni (che non siano soci)?*

1. Sì.
2. No (**vai a F.9**)

F.6 *Tra i consulenti esterni, quanti lavorano esclusivamente per Voi e quanti occasionalmente?*

*Consulenti che lavorano esclusivamente per l'impresa* \_\_\_\_\_

*Consulenti che lavorano occasionalmente per l'impresa* \_\_\_\_\_

F.7 (se esistono consulenti che lavorano esclusivamente per loro)

I consulenti che lavorano esclusivamente per Voi che tipo di formazione hanno e che attività svolgono?

1. Tipo di formazione superiore/universitaria:.....

Attività svolta:.....  
.....  
.....  
.....

2. Tipo di formazione superiore/universitaria:.....

Attività svolta:.....  
.....  
.....

3. Tipo di formazione superiore/universitaria:.....

Attività svolta:.....  
.....  
.....

4. Tipo di formazione superiore/universitaria:.....

Attività svolta:.....  
.....  
.....

F.8 (Se esistono consulenti a cui si rivolgono occasionalmente)

I consulenti che lavorano per voi occasionalmente che attività svolgono?

.....  
.....  
.....

F.9 (Non formulare alle società di ricerca e selezione)

Per il reclutamento del personale fisso, vi servite delle vostre banche dati o rivolgete anche ad altre strutture, per esempio associazioni di categoria, università, centri per l'impiego, altre aziende?

1. Reclutamento diretto (utilizzando le nostre banche dati)
2. Associazioni di categoria
3. Università
4. Centri per l' impiego
5. Altre aziende di reclutamento
6. Altro (specificare).....

F.10 Avete difficoltà a reperire personale? Per quali funzioni/figure professionali avete più difficoltà?

1. Nessuna difficoltà
2. Qualche difficoltà.

Per quali figure? .....

Da cosa dipende?.....

F.11 *Nell'impresa sono attualmente impiegati stagiaires/tirocinanti universitari o delle scuole superiori?*

1. No
2. Sì. *In quali progetti sono inseriti e da quale scuola superiore o facoltà provengono?*

PROGETTO1:.....Numero tirocinanti \_\_

Facoltà/Scuola superiore.....Università/Provincia \_\_

PROGETTO2:.....Numero tirocinanti \_\_

Facoltà/Scuola superiore.....Università/Provincia \_\_

PROGETTO3:.....Numero tirocinanti \_\_

Facoltà/Scuola superiore.....Università/Provincia \_\_

## G. VARIAZIONI DI PERSONALE NELL'ULTIMO ANNO

G.1 *Nel corso degli ultimi 12 mesi, quindi grossomodo da ..... dell'anno scorso, avete avuto diminuzione di personale o è sempre stato rimpiazzato?*

1. Sì, diminuzione. *Quanti?* \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_ **(vai a G.3)**
2. Solo turnover
3. No

G.2 *Sempre nel corso degli ultimi 12 mesi, avete assunto nuovo personale?*

1. Sì. *Quanti?* \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_
2. No **(vai a H.1)**

G.3 *Quanti, fra i soggetti assunti, sono in possesso di un titolo di studio universitario?* \_\_\_ \_\_\_

G.4 *E di scuola media superiore (4 – 5 anni)?* \_\_\_ \_\_\_

G.5 (Se hanno assunto dei laureati) *Tra i laureati assunti ci sono neolaureati?*

1. Sì.
2. No. **(Vai a H.1)**

G.6 *Che ruolo ricoprono i neolaureati assunti?*

G.7 *Per i neolaureati che avete assunto, ci sono motivi di insoddisfazione che hanno attinenza con la loro preparazione universitaria?*

## H. PREVISIONI

H.1 *Nell'arco dei prossimi 2 anni, pensa che ci saranno assunzioni di personale, solo eventuali sostituzioni o anche riduzioni di personale?*

1. Assunzioni. *Quanti* \_\_\_ \_\_\_
  2. Solo turnover
  3. Riduzione di personale. *Quanti?* \_\_\_ \_\_\_
  4. No, non prevedo nessuna variazione di personale (**vai a H.4**)
  5. Dipende. *Da cosa?*
- .....

H.2 *Per quali figure professionali pensa che ci saranno assunzioni?*

.....

.....

H.3 *Per quali di queste figure professionali richiedete una formazione di scuola superiore o universitaria?*

1. Figura professionale: .....  
Tipo di formazione superiore/universitaria:.....
2. Figura professionale: .....  
Tipo di formazione superiore/universitaria:.....
3. Figura professionale: .....  
Tipo di formazione superiore/universitaria:.....
4. Figura professionale: .....  
Tipo di formazione superiore/universitaria:.....

***Per ciascuna figura professionale per cui si prevedono assunzioni compilare il modulo Mod 02.***

H.4 *Secondo lei per quali ragioni non prevedete assunzioni nei prossimi due anni?*

1. Organico al completo/sufficiente
  2. Domanda di servizi stabile e/o in calo
  3. Costo del lavoro troppo elevato
  4. Bastano i tirocinanti
  5. Difficoltà di reperimento di personale specializzato
  6. Ricorso a lavorazione conto terzi
  7. Ricorso a lavoro interinale
  8. Mancanza di spazio/problemi logistici
  9. Altri motivi (specificare)
- .....
- .....

## I. CONOSCENZA DEI NUOVI CORSI DI STUDIO

I.1 *Come forse sa, esistono da poco alcune lauree di tipo nuovo, triennali e quinquennali. Sono il prodotto del nuovo sistema universitario, detto 3+2. Lei è a conoscenza dei nuovi corsi di laurea, sa quali sono, ha avuto a che fare con i nuovi laureati triennali, o queste cose le sono del tutto nuove?*

1. Mai sentito
2. Vagamente, non ha chiaro quali siano le novità
3. Sa abbastanza, è documentato sulle nuove lauree
4. Ha visto nuovi laureati triennali

I.2 *(se sa qualcosa: risposte 3+4) Che cosa pensa dei nuovi titoli?*

.....  
.....

I.3 *L'università sta anche preparando un documento di supporto al curriculum vitae per ogni laureato, chiamato Diploma Supplement. Contiene informazioni sulla carriera del laureato ed è scritto in inglese, in vista anche di una utilizzazione in ambito europeo. Lei aveva sentito parlare di questo Diploma Supplement?*

1. No, è la prima volta che ne sente parlare
2. Sì, solo vagamente, non conosceva la sostanza
3. Sì, conosceva la sostanza

I.4 *Se voi cercaste un neo-laureato del nostro o di un altro Paese europeo, che cosa le piacerebbe che l'università documentasse oltre al titolo di studio e al voto di laurea?*

Aspetti da documentare	Si	No
1. Gli esami fatti	1	2
2. Il titolo della tesi	1	2
3. Esperienze di studio all' estero	1	2
4. Esperienze di stage pre/post lauream	1	2
5. Accertamento conoscenza delle lingue	1	2
6. Accertamento della conoscenza dell' uso del calcolatore	1	2
7. Accertamento bilancio di competenze	1	2

I.5 *L'Università di Padova è seriamente intenzionata a far conoscere agli imprenditori le nuove lauree. Come si può informare un imprenditore, il cui tempo è sempre poco, circa queste novità? Come possiamo venirci incontro per comunicare?*

.....  
.....  
.....  
.....

## L. CRITERI DI SELEZIONE DEI LAUREATI

L.1 Quali caratteristiche caratteriali ritiene importanti durante la selezione?

1	Capacità di assumersi responsabilità, di decidere			
2	Sicurezza delle proprie capacità			
3	Cura di sé, modo di presentarsi			
4	Creatività, fantasia			
5	Spirito critico			
6	Capacità ad adattarsi a ruoli diversi			
7	Capacità di organizzare il lavoro degli altri			
8	Capacità di ideare nuovi metodi/processi di lavoro			
9	Capacità di lavorare in gruppo			
10	Disponibilità a spostarsi fuori regione per almeno una settimana			
11	Capacità di ascoltare, comprendere il punto di vista altrui			
12	Senso pratico, capacità realizzativa			
13	Capacità espositiva			
14	Disponibilità a lavorare anche fuori orario			
15	Estroversione			
16	Affidabilità			

## M. CONCLUSIONE

**M.1.** *L'intervista è finita. Adesso le chiediamo di mettersi nei panni di un'associazione di categoria, qual è l'ASCOM/EB. Che cosa ci suggerirebbe per avere un migliore rapporto o un più intenso rapporto con le imprese del proprio territorio?*

.....  
.....  
.....  
.....

***Grazie per la collaborazione***



**Mod 01\_a personale presente – aree funzionali distinte**

F.1 *Mi può descrivere quali sono queste aree e che tipo di attività svolgono coloro che vi operano?*

**Area:**.....

Numero di addetti nell' area: \_\_\_\_

Quanti con titolo universitario: \_\_\_\_

1. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

1. Licenza dell' obbligo
2. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
3. Titolo/i universitario/i (*Quale?* .....

Attività svolta:.....

Per le attività svolte da questa figura sono necessarie competenze informatiche da utilizzatore generico, da esperto, o da programmatore/analista?

1. Utilizzatore generico
2. Utilizzatore esperto
3. Programmatore/analista

Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria conoscenza	buona
Inglese parlato	1	2	3	
Inglese scritto	1	2	3	
Francese parlato	1	2	3	
Francese scritto	1	2	3	
Tedesco parlato	1	2	3	
Tedesco scritto	1	2	3	
Spagnolo parlato	1	2	3	
Spagnolo scritto	1	2	3	
Altro.....	1	2	3	
Altro.....	1	2	3	

Parlando di competenze tecnico-specialistiche quali, secondo Lei, sono indispensabili?

.....

Quali caratteristiche individuali (es: disponibilità a viaggiare, a lavorare fuori orario, ecc.) ritiene siano importanti per svolgere questa attività?

.....

2. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

1. Licenza dell' obbligo

2. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
3. Titolo/i universitario/i (*Quale?* .....

Attività svolta:.....  
 .....  
 .....

Per le attività svolte da questa figura sono necessarie competenze informatiche da utilizzatore generico, da esperto, o da programmatore?

1. Utilizzatore generico
2. Utilizzatore esperto
3. Programmatore/analista

Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria conoscenza	buona
Inglese parlato	1	2	3	
Inglese scritto	1	2	3	
Francese parlato	1	2	3	
Francese scritto	1	2	3	
Tedesco parlato	1	2	3	
Tedesco scritto	1	2	3	
Spagnolo parlato	1	2	3	
Spagnolo scritto	1	2	3	
Altro.....	1	2	3	
Altro.....	1	2	3	

Parlando di competenze tecnico-specialistiche quali, secondo Lei, sono indispensabili?

.....  
 .....

Quali caratteristiche individuali (es: disponibilità a viaggiare, a lavorare fuori orario) ritiene siano importanti per svolgere questa attività?

.....  
 .....

3. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

1. Licenza dell'obbligo
2. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
3. Titolo/i universitario/i (*Quale?* .....

Attività svolta:.....  
 .....  
 .....

Per le attività svolte da questa figura sono necessarie competenze informatiche da utilizzatore generico, da esperto, o da programmatore?

1. Utilizzatore generico
2. Utilizzatore esperto
3. Programmatore/analista

Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

<b>Lingua</b>	<b>Irrilevante</b>	<b>Livello scolastico</b>	<b>Necessaria buona conoscenza</b>
Inglese parlato	1	2	3
Inglese scritto	1	2	3
Francese parlato	1	2	3
Francese scritto	1	2	3
Tedesco parlato	1	2	3
Tedesco scritto	1	2	3
Spagnolo parlato	1	2	3
Spagnolo scritto	1	2	3
Altro.....	1	2	3
Altro.....	1	2	3

Parlando di competenze tecnico-specialistiche quali, secondo Lei, sono indispensabili?

.....  
 .....

Quali caratteristiche individuali (es: disponibilità a viaggiare, a lavorare fuori orario) ritiene siano importanti per svolgere questa attività?

.....  
 .....



**Mod 01\_b personale presente – area funzionale unica**

Numero di addetti nell' impresa \_\_\_\_\_

Quanti con titolo universitario: \_\_\_\_\_

1. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

1. Licenza dell' obbligo
2. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
3. Titolo/i universitario/i (*Quale?* .....

Attività svolta:.....

Per le attività svolte da questa figura sono necessarie competenze informatiche da utilizzatore generico, da esperto, o da programmatore/analista?

1. Utilizzatore generico
2. Utilizzatore esperto
3. Programmatore/analista

Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria conoscenza	buona
Inglese parlato	1	2	3	
Inglese scritto	1	2	3	
Francese parlato	1	2	3	
Francese scritto	1	2	3	
Tedesco parlato	1	2	3	
Tedesco scritto	1	2	3	
Spagnolo parlato	1	2	3	
Spagnolo scritto	1	2	3	
Altro.....	1	2	3	
Altro.....	1	2	3	

Parlando di competenze tecnico-specialistiche quali, secondo Lei, sono indispensabili?

Quali caratteristiche individuali (es: disponibilità a viaggiare, a lavorare fuori orario, ecc.) ritiene siano importanti per svolgere questa attività?

2. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

13. Licenza dell' obbligo
14. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
15. Titolo/i universitario/i (*Quale?* .....

Attività svolta:.....  
 .....  
 .....

Per le attività svolte da questa figura sono necessarie competenze informatiche da utilizzatore generico, da esperto, o da programmatore?

4. Utilizzatore genetico
5. Utilizzatore esperto
6. Programmatore/analista

Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria conoscenza	buona
Inglese parlato	1	2	3	
Inglese scritto	1	2	3	
Francese parlato	1	2	3	
Francese scritto	1	2	3	
Tedesco parlato	1	2	3	
Tedesco scritto	1	2	3	
Spagnolo parlato	1	2	3	
Spagnolo scritto	1	2	3	
Altro.....	1	2	3	
Altro.....	1	2	3	

Parlando di competenze tecnico-specialistiche quali, secondo Lei, sono indispensabili?

.....  
 .....

Quali caratteristiche individuali (es: disponibilità a viaggiare, a lavorare fuori orario) ritiene siano importanti per svolgere questa attività?

.....  
 .....

3. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

1. Licenza dell'obbligo
2. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
3. Titolo/i universitario/i (*Quale?*.....)

Attività svolta:.....  
 .....  
 .....

Per le attività svolte da questa figura sono necessarie competenze informatiche da utilizzatore generico, da esperto, o da programmatore?

1. .... Utilizzatore generico
2. .... Utilizzatore esperto
3. .... Programmatore/analista

Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

<b>Lingua</b>	<b>Irrilevante</b>	<b>Livello scolastico</b>	<b>Necessaria buona conoscenza</b>
Inglese parlato	1	2	3
Inglese scritto	1	2	3
Francese parlato	1	2	3
Francese scritto	1	2	3
Tedesco parlato	1	2	3
Tedesco scritto	1	2	3
Spagnolo parlato	1	2	3
Spagnolo scritto	1	2	3
Altro.....	1	2	3
Altro.....	1	2	3

Parlando di competenze tecnico-specialistiche quali, secondo Lei, sono indispensabili?

.....  
 .....

Quali caratteristiche individuali (es: disponibilità a viaggiare, a lavorare fuori orario) ritiene siano importanti per svolgere questa attività?

.....  
 .....





## **ALLEGATO B3**

*Questionario per intervista telefonica*



*Osservatorio sul Mercato locale del Lavoro*

**Indagine sui Servizi alle Imprese**

**Questionario telefonico per imprese di :**

- **vigilanza**
- **investigazione**
- **pulizia e disinfestazione**
- **pubblicità**
- **organizzazione di fiere e convegni**
- **ricerca e selezione del personale**
- **fornitura di lavoro temporaneo (agenzie interinali)**

**A. INTRODUZIONE ALL'INTERVISTA**

A0. Buongiorno/Buonasera, parlo con la Ditta (**vedi dati generali.....**)? Posso parlare con il titolare, con un suo familiare, con il direttore/responsabile di filiale o con un consulente?

1. Sì, sono io. / Sì, Glielo passo. (**vai a A1**)
2. No, non c'è nessuna di queste persone (**vai a A6**)

A1. Sono (NOME) e lavoro per conto dell'Ente Bilaterale, che ha da poco costituito un osservatorio sul mondo del lavoro in collaborazione con l'Università di Padova. Stiamo svolgendo un'indagine sull'andamento occupazionale di questo periodo nelle imprese di servizi alle imprese per la quale vi abbiamo inviato una lettera di presentazione. Avete ricevuto la lettera?

1. No, non l'abbiamo ricevuta (**vai a A.2**)
2. Sì, l'abbiamo ricevuta (**vai a A.3**)

A2. Le spiego brevemente di cosa si tratta. L'Ente Bilaterale, sta svolgendo un'indagine in collaborazione con l'Università di Padova per studiare la situazione dell'occupazione e le figure professionali impiegate nelle imprese di servizi alle imprese. La Sua azienda è stata selezionata casualmente da una lista di altre aziende classificate nel settore dei servizi alle imprese. Avremmo bisogno della Sua collaborazione per una breve intervista. Si tratta di poche e semplici domande. La Sua collaborazione è fondamentale per comprendere i problemi delle aziende che operano nel vostro settore e per venire loro incontro. Inoltre i dati da Lei forniti saranno utilizzati solo a scopo statistico e in forma aggregata ed anonima, nel rispetto della legge sulla privacy. Può rispondere ora al questionario?

1. No, non mi interessa (**vai a A4**)
2. Ora non posso (**vai a A4**)
3. Va bene, rispondo subito (**vai a B.1**)

A3. Allora come forse avrà già letto, avremmo bisogno della Sua collaborazione per una breve intervista. Si tratta di poche e semplici domande. La Sua collaborazione è fondamentale per comprendere i problemi delle aziende che operano nel vostro settore e per venire loro incontro. Inoltre i dati da Lei forniti saranno utilizzati solo a scopo statistico e in forma aggregata ed anonima, nel rispetto della legge sulla privacy. Può rispondere ora al questionario?

1. No, non mi interessa **(vai a A4)**
2. Ora non posso **(vai a A4)**
3. Va bene, rispondo subito **(vai a B.1)**

**A4. (Se al momento non può rispondere)**

Guardi, l'intervista dura davvero pochi minuti. Per noi sarebbero davvero preziose le Sue risposte. Se proprio non può, possiamo richiamare...

1. Ok, richiami (fissare appuntamento) **(FINE)**
2. Va bene, rispondo **(vai a B.1)**
3. No **(vai a A5)**

**A5. (Se rifiuta l'intervista)**

D'accordo, vi ringraziamo comunque per la collaborazione. Buongiorno/buonasera. **(FINE)**

**A6. (Se titolare, familiare del titolare, direttore di filiale o consulente non sono disponibili)**

Può gentilmente informare il titolare della nostra chiamata? Quando Pensa che potrò parlare dieci minuti con lui?(fissare appuntamento). **(FINE)**

## **B. CONTATTO CON IL RISPONDENTE**

B.1 Prima di cominciare le ricordo che le risposte fornite saranno utilizzate solo a fine statistico, saranno diffuse solo in forma aggregata così che non se ne possa fare alcun riferimento personale. **(B1A)**

B1A. Molto bene, La ringrazio. Parliamo dell'azienda. Sulla lista in nostro possesso Voi risultate essere una società che si occupa di **(vedi "attività svolta" sulla lista.....)**. Mi conferma questa informazione?

1. Sì, confermo/Abbiamo cambiato ma ce ne occupiamo ancora **(a seconda del settore di attività porre le domande C1A e C1Abis, oppure C1B e C1Bbis, oppure C1C, oppure C1D e C1Dbis, oppure C1E e C1Ebis)**
2. No, abbiamo cambiato attività **(vai a C.2=FINE)**

B.2 Lei è...

1. Il titolare **(B3)**
2. Un familiare del titolare **(B3)**
3. Il direttore/responsabile di filiale **(B3)**
4. Un consulente **(B3)**
5. Altro **(B2A)**

B2A. Specificare altro

..... **(B3)**

B3 Sesso

1. Maschio
2. Femmina

**(B4)**

B4 Può cortesemente dirmi la Sua età (in anni compiuti)?

1. meno di 30
2. tra 30 (compreso) e 39
3. tra 40 (compreso) e 49
4. maggiore o uguale a 50

**(B5)**

B5 Qual è il suo titolo di studio?

1. Licenza elementare
2. Licenza media o avviamento professionale
3. Diploma di scuola professionale (1 – 3 anni)
4. Diploma di scuola superiore (4 – 5 anni)
5. Titolo universitario

**(C1)**

## **C. L'IMPRESA**

**C1A. (Per “Pulizia&Disinfestazione”)**

Può dirmi quali servizi, tra quelli che ora Le elencherò, offrite alla vostra clientela?

1. Pulizia
2. Disinfestazione
3. Derattizzazione
4. Sanificazione
5. Disinfezione

**(C1Abis)**

C1Abis. Quali altri servizi, oltre a quelli appena citati, offrite alla vostra clientela?

.....  
.....

**(C3)**

**C1B. (Per “Ricerca&Selezione” e per “Agenzie Interinali”)**

Può dirmi quali servizi, tra quelli che ora Le elencherò, offrite alla vostra clientela?

1. Ricerca&Selezione
2. Formazione
3. Consulenza

**(C1Bbis)**

C1Bbis. Quali altri servizi, oltre a quelli appena citati, offrite alla vostra clientela?

.....  
.....

**(C3)**

**C1C. (Per “Pubblicità” e “Ricerche di mercato e Sondaggi di opinione”)**

Può descrivermi la *mission* principale dell'azienda?

.....  
.....  
.....

**(C3)**

**C1D. (Per “Investigazione&Vigilanza”)**

Può dirmi quali servizi, tra quelli che ora Le elencherò, offrite alla vostra clientela?

1. Indagini familiari (*investigazione*)
2. Indagini giudiziarie/penali (*investigazione*)
3. Indagini patrimoniali (*investigazione*)
4. Piantonamento (*vigilanza*)
5. Trasporto e scorta valori (*vigilanza*)
6. Servizio di scorta antirapina (*vigilanza*)
7. Video sorveglianza (*vigilanza*)
8. Consulenza impianti d'allarme (*vigilanza*)

**(C1Dbis)**

C1Dbis. Quali altri servizi, oltre a quelli appena citati, offrite alla vostra clientela?

.....  
.....  
.....

**(C3)**

**C1E. (Per “Organizzazione di fiere e convegni”)**

Può dirmi quali servizi, tra quelli che ora Le elencherò, offrite alla vostra clientela?

1. Organizzazione congressi/fiere/mostre
2. Progettazione e realizzazione di attrezzature fieristiche
5. Catering
6. Hostess

**(C1Ebis)**

C1Ebis Quali altri servizi, oltre a quelli appena citati, offrite alla vostra clientela?

.....  
.....  
.....

**(C3)**

C2. Allora, purtroppo, l'intervista si conclude qui. Vede, eravamo interessati a raccogliere qualche informazione sulle società che esercitano questo tipo di attività, ma dato che non ve ne occupate più, non vi tratteremo oltre. La ringraziamo comunque per la disponibilità accordataci. Buongiorno/Buonasera. **(FINE)**

C3. In quale anno è iniziata l'attività dell'impresa?

3. prima del 1980
4. tra il 1980 (compreso) ed il 1989
5. tra il 1990 (compreso) ed il 1999
6. dal 2000 (compreso) in poi

**(C4)**

C4. Siete iscritti a qualche associazione di categoria?

1. Sì **(vai a C4A)**
2. No **(vai a C5)**
3. Non so **(vai a C5)**

C4A. Quale associazione?

.....  
**(C5)**

C5. Avete più di una unità locale/filiale nel territorio italiano?

1. Sì
2. No

**(C6)**

C6. Siete certificati, vi state certificando, avete in programma la certificazione oppure pensate che la certificazione non sia rilevante per i vostri obiettivi?

1. Già certificati
2. Siamo in via di certificazione
3. Abbiamo in programma la certificazione
4. La certificazione non è rilevante
5. Non siamo certificati
6. Non so

**(Se fa ricerca e selezione vai a C7, altrimenti vai a D1)**

**C7. (Solo per le Società di Ricerca e selezione del personale)**

L'impresa è accreditata?

1. Sì
2. No
3. In via di accreditamento
4. Non so

**(D1)**

## **D. IL SITO INTERNET**

D.1 L'impresa ha un proprio sito internet?

4. Sì **(vai a D.2)**
5. No **(vai a E.1)**
6. E' in via di realizzazione **(vai a E.1)**

D.2 Potrebbe darmi l'indirizzo del vostro sito internet? WWW. \_\_\_\_\_

**(Se fa ricerca e selezione o agenzia interinale vai a E1, altrimenti vai a E4)**

## **E. CLIENTELA, OBIETTIVI E RISULTATI**

**E.1. (Solo per le Società di Ricerca e selezione del personale e agenzie interinali)**

Considerando il vostro portafoglio clienti, si tratta prevalentemente di enti pubblici o di aziende private?

1. Enti pubblici
2. Aziende private
3. Metà e metà

**(E2)**

**E.2. (Solo per le Società di Ricerca e selezione del personale e agenzie interinali)**

I vostri clienti si rivolgono a voi prevalentemente per assunzioni, sostituzioni o necessità stagionali?

- 1 Per assunzioni
- 2 Per sostituzioni
- 3 Per necessità stagionali

**(E3)**

**E.3. (Solo per le Società di Ricerca e selezione del personale e agenzie interinali)**

Oltre ai *curricula* che ricevete direttamente, quali altre fonti utilizzate, tra quelle che Le elencherò, per aggiornare le vostre banche dati?

1. Università **(E4)**
2. Centri per l'impiego **(E4)**
3. Associazioni di categoria **(E4)**
4. Altre società di ricerca e selezione del personale **(E4)**
5. Agenzie interinali **(E4)**
6. Banche dati in internet **(E4)**
7. Altro **(E3A)**

E3A. Specificare altro.....

E.4. Nell'ultimo anno, rispetto agli obiettivi che avevate fissato, avete ottenuto tutti o quasi i risultati desiderati, avete mancato vari obiettivi o avete fatto meglio del previsto?

1. Meglio del previsto
2. Risultati desiderati, all'incirca
3. Mancato vari obiettivi
4. Non so

**(E5)**

E.5. Nel prossimo futuro avete intenzione di investire nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali?

1. Sì
2. No
3. Stiamo già investendo
4. Dipende/Non so

**(F1)**

## **F. IL PERSONALE**

F.1 Parliamo ora del personale dell'azienda. Può dirmi quanti sono gli addetti dell'impresa, compresi il responsabile e gli eventuali familiari che lavorano come coadiuvanti? \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_

**(F2)**

F.2 Quante persone, sul totale degli addetti, sono familiari? (se risponde 0, vai a F.4) \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_

F.3 **(Se ha risposto un numero diverso da zero a F.2)**

Può descrivermi brevemente le funzioni svolte dai familiari all'interno dell'impresa?

.....**(F4)**

F.4 Quante persone, sul totale degli addetti, sono assunte part-time? \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_

**(F5)**



F.5 Quante a tempo indeterminato? \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_  
(F6)

F.6 Quante a tempo determinato? \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_  
(F7)

F.7 Quante sono lavoratori interinali? \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_  
(F8)

F.8 Quante sono apprendisti o hanno un contratto di formazione lavoro? \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_  
(F9)

F.9 Quante persone con contratti atipici, tipo "co.co.co" o "a progetto"? \_\_\_ \_\_\_ \_\_\_  
(F9A)

F9A. Vorremmo cercare di capire che tipo di figure professionali operano nell'azienda e quali competenze possiedono. Mi può elencare le figure professionali dell'azienda?

1. Account/direttore/responsabile commerciale
2. Capocantiere
3. Commerciale/venditore/rappresentante
4. Contabile/analista
5. Dirigente
6. Fabbro/saldatore
7. Front office/ricercatore del personale
8. Gestore/responsabile risorse umane/personale
9. Grafico pubblicitario
10. Impiegato amm.vo
11. Investigatore privato
12. Operatore di base / operaio
13. Rtesponsabile acquisti/approvvigionamenti
14. Responsabile amm.vo
15. Resp. Di filiale
16. Resp. Di settore/capo area
17. Resp di zona
18. Resp manutenzioni
19. Resp qualità
20. Resp selezioni
21. Resp servizi generali
22. Resp sicurezza/operativo
23. Resp tecnico
24. Resp ufficio gare
25. Ricercatore e selezionatore del personale
26. Segretario/a
27. Tecnico addetto ai sopralluoghi/assistente/consulente tecnico
28. Titolare/direttore
29. Altro (specificare) .....

**PER OGNI FIGURA INDIVIDUATA SOTTOPORRE IL CICLO DI DOMANDE FP**

## CICLO FP

### domande per ogni figura professionale PRESENTE NELL'AZIENDA

FP.1 Quale titolo di studio possiedono prevalentemente le persone occupate come ...?

1. Licenza elementare (**FP2**)
2. Licenza media o avviamento professionale (**FP2**)
3. Diploma di scuola professionale (1 – 3 anni) (**FP2**)
4. Diploma di scuola superiore (4 – 5 anni) (**FP2**)
5. Titolo universitario (**FP1A**)

FP.2 Quali attività svolge principalmente questa persona?

.....  
.....  
(**FP2A**)

FP2A. Per questa figura sono necessarie competenze informatiche o linguistiche, sia questo che quello, o non sono realmente necessarie?

1. Competenze informatiche (**FP3, G1**)
2. Competenze linguistiche (**FP4, FP4A**)
3. Entrambe (**FP3, FP4**)
4. Nessuna (**G1**)

FP.3 Le competenze informatiche di questa figura professionale sono prevalentemente da utilizzatore generico, da esperto o da programmatore/analista?

1. Utilizzatore generico
2. Utilizzatore esperto
3. Programmatore/analista

(*Se aveva segnato 1, vai a G1; se aveva segnato 3, vai a FP4*)

FP.4 La conoscenza dell'inglese scritto è fondamentale, preferibile oppure non è necessaria per questa figura?

- Fondamentale  
Preferibile  
Non necessario

(**FP4A**)

FP4A. E l'inglese parlato è fondamentale, preferibile o non necessario?

1. Fondamentale
2. Preferibile
3. Non necessario

(**FP4B**)

FP4B. E' necessaria la conoscenza di altre lingue?

- Sì (**FP4C**)  
No (**G1**)

FP4C. Quali lingue? .....

(*Se ci sono altre figure riprendi il ciclo; Se le figure sono finite, vai a G1*)

## **G. VARIAZIONI DI PERSONALE NELL'ULTIMO ANNO**

G.1 Nel corso degli ultimi 12 mesi, quindi grossomodo da Novembre dell'anno scorso, avete avuto uscite di personale, assunzioni, turnover o nessuna variazione?

1. Uscite (**G2**)
2. Assunzioni (**G3**)
3. Entrambe (**G2**)
4. Solo turnover (**H1**)
5. Nessuna variazione (**H1**)

G.2 Quante uscite avete avuto? \_\_\_\_  
(se ha detto anche assunzioni vai a **G3**, altrimenti vai a **H1**)

G3 Quanti nuovi addetti avete assunto? \_\_\_\_  
(**G4**)

G4 Quanti, fra i nuovi assunti, sono in possesso di un titolo di studio universitario? \_\_\_\_  
(**H1**)

## **H. PREVISIONI**

H1 Nell'arco dei prossimi due anni, pensa che ci saranno assunzioni, uscite, solo turnover o nessuna variazione?

1. Assunzioni (**H2**)
2. Uscite (**H3**)
3. Entrambe (**H2, H2A, ciclo I, H3**)
4. Turnover (**J1**)
5. Nessuna variazione (**H4**)
6. Non so/Dipende (**J1**)

H2 Quante assunzioni prevede che ci saranno (se dà un range registrare il valore intermedio!)?  
(**H2A**)

H2A Per quali figure professionali?

1. Account/direttore/responsabile commerciale
2. Capocantiere
3. Commerciale/venditore/rappresentante
4. Contabile/analista
5. Dirigente
6. Fabbro/saldatore
7. Front office/ricercatore del personale
8. Gestore/responsabile risorse umane/personale
9. Grafico pubblicitario
10. Impiegato amm.vo
11. Investigatore
12. Operatore di base / operaio
13. Responsabile acquisti/approvvigionamenti
14. Responsabile amm.vo
15. Resp. Di filiale
16. Resp. Di settore/capo area

17. Resp di zona
18. Resp manutenzioni
19. Resp qualità
20. Resp selezioni
21. Resp servizi generali
22. Resp sicurezza/operativo
23. Resp tecnico
24. Resp ufficio gare
25. Ricercatore e selezionatore del personale
26. Segretario/a
27. Tecnico addetto ai sopralluoghi/assistente/consulente tecnico
28. Titolare/direttore
29. Altro (specificare) .....

.....  
**(CICLO I)**

H3 Quante uscite prevede che ci saranno?

**(J1)**

H4 Per quali ragioni pensa che non ci saranno variazioni nei prossimi due anni?

1. organico al completo/sufficiente
2. domanda di servizi stabile e/o in calo
3. costo del lavoro troppo elevato
4. bastano i tirocinanti/stagisti
5. difficoltà di reperimento di personale
6. ricorso alla lavorazione conto terzi
7. mancanza di spazio/problemi logistici
8. ricorso al lavoro interinale
9. non so **(J1)**

## **J. CONCLUSIONE**

J.1 L'intervista è quasi conclusa. Le chiediamo solo un'ultima cosa. Come forse sa, esistono da qualche anno alcune lauree di tipo nuovo, detto del 3+2. Lei si ritiene bene informato su questi nuovi corsi di Laurea, ne ha sentito parlare solo vagamente o queste cose le sono del tutto nuove?

1. Sono bene informato **(J1A)**
2. Vagamente ne ho sentito parlare **(J1A)**
3. Mai sentito **(J3)**

J1A. Ha mai avuto a che fare con laureati triennali?

1. Sì
2. No

**(J2)**

J.2 Qual è la sua opinione sui nuovi corsi di Laurea?

.....  
 .....

**(J3)**

- J.3 Se voi cercaste un neo-laureato del nostro o di un altro Paese Europeo, quali tra le caratteristiche che le elencherò Le piacerebbe che l'Università documentasse oltre al titolo di studio e al voto di laurea?
1. esami fatti
  2. titolo della tesi
  3. esperienze di studio all'estero
  4. esperienze di stage pre-post lauream
  5. accertamento conoscenza lingue straniere
  6. accertamento bilancio di competenze

**(J4)**

- J.4 L'intervista è conclusa. La ringraziamo nuovamente per la collaborazione. Sarà un piacere invitarvi al convegno di presentazione dei risultati. Può cortesemente fornirci l'indirizzo di posta elettronica a cui mandare l'invito? \_\_\_\_\_

Abbiamo terminato. La ringraziamo ancora per la collaborazione e le ricordiamo che i dati da Lei forniti saranno utilizzati solo a scopo statistico, nel rispetto della legge sulla privacy.

Buongiorno/buonasera.**(FINE)**

## CICLO I

### COMPETENZE RICHIESTE AL PERSONALE IN ENTRATA

I1 Per la figura professionale (*nome delle fig. prof. menzionate in H2A*) state già effettuando delle selezioni oppure pensate di assumere entro 6 mesi o entro 2 anni?

1. Selezioni in corso/Colloqui continui **(I2)**
2. Probabili assunzioni entro 6 mesi **(I2)**
3. Probabili assunzioni entro 2 anni **(I2)**
4. Non so **(I2)**
5. Altro **(I1A)**

I1A. Specificare altro .....

I2 Quali saranno le funzioni che questa persona dovrà svolgere?

.....

I2A. Quale titolo di studio è preferibile per questa figura?

Licenza elementare **(I3)**

Licenza media o avviamento professionale **(I3)**

Diploma di scuola professionale (1 – 3 anni) **(I3)**

Diploma di scuola superiore (4 – 5 anni) **(I3)**

Titolo universitario **(I2B)**

**(I2B)**

I2B. In quale Facoltà sarebbe preferibile conseguire il titolo universitario?

1. Economia
2. Giurisprudenza
3. Ingegneria
4. Lettere e Filosofia
5. Psicologia
6. Scienze della Formazione
7. Scienze matematiche, fisiche e naturali
8. Scienze Politiche
9. Scienze Statistiche
10. Altro **(I2C)**

I2C. Specificare altro

.....

I3. Per questa figura sono necessarie competenze informatiche o linguistiche, sia queste che quelle, o non sono realmente necessarie?

1. Competenze informatiche **(I3A, I6)**
2. Competenze linguistiche **(I4, I4A)**
3. Entrambe **(I3A, I4)**
4. Nessuna **(I6)**

I3A. Le competenze informatiche di questa figura professionale sono prevalentemente da utilizzatore generico, da esperto o da programmatore/analista?

1. Utilizzatore generico
2. Utilizzatore esperto
3. Programmatore/analista

*(Se aveva segnato 1 a I3, vai a I6;  
se aveva segnato 3 a I3, vai a I4)*

I4. La conoscenza dell'inglese scritto è fondamentale, preferibile oppure non è necessaria per questa figura?

- Fondamentale
- Preferibile
- Non necessario

**(I4A)**

I4A. E l'inglese parlato è fondamentale, preferibile o non necessario?

1. Fondamentale
2. Preferibile
3. Non necessario

**(I5)**

I5. E' necessaria la conoscenza di altre lingue?

- 1 Sì **(I5A)**
- 2 No **(I6)**

I5A. Quali lingue? .....

**(I6)**

I6. Quali altre competenze tecnico-specialistiche secondo lei sono necessarie?

.....  
.....

**(I7)**

I7. E quali caratteristiche personali, tra quelle che le elencherò, sono secondo lei necessarie per questa figura?

1. Disponibilità a lavorare fuori orario
2. Disponibilità a viaggiare
3. Propensione ai rapporti interpersonali
4. Attitudine al lavoro di gruppo
5. Capacità di elaborazione, di analisi
6. Capacità di prendere decisioni
7. Cura di sé, modo di presentarsi
8. Creatività, fantasia
9. Capacità di organizzare il lavoro degli altri

**(I8)**

I8 Dopo l'assunzione prevedete di sottoporlo a formazione, ad affiancamento ad entrambi o a nessuno dei due ?

1. Formazione **(I8A)**
2. Affiancamento **(Se ci sono altre figure riprendi il ciclo altrimenti vai a J1)**
3. Entrambi **(I8A)**
4. Nessuno dei due **(Se ci sono altre figure riprendi il ciclo altrimenti vai a J1)**

I8A Su quali argomenti cercherete principalmente di formare il neo-assunto?

.....  
.....  
.....

**(Se ci sono altre figure riprendi il ciclo I altrimenti vai a J1)**



## Bibliografia

---

Biagioli M. (et al.), *Il settore dei servizi alle imprese in Emilia Romagna: occupazione, organizzazione, risorse umane e strategie di sviluppo*, F. Angeli, Milano, 1993

Capiluppi C., *Introduzione a SAS System*, CLEUP, Padova, 1996/97

Capiluppi C., *CAPTOR 2, un sistema di rilevazione Web – CASI*, in:  
Fabbris L. (a cura di), *CAPTOR 2000: Qualità della didattica e sistemi computer – assisted*, CLEUP, Padova, 2001: pagg. 163 – 173

Fabbris L., *L'indagine campionaria: metodi, disegni e tecniche di campionamento*, La Nuova Italia Scientifica, Roma, 1989.

Fabbris L., *Metodologia per la predisposizione dei questionari*, CLEUP, Padova, 1997

Fabbris L., *Statistica multivariata*, Mc Graw – Hill, Milano, 1997

Fabbris L., Capiluppi C., Giacotti G., Meneghello A., *Statree 1.0, Manuale per l'uso*, Edizioni Summa, Padova, 1993

ISFOL, *Alla scoperta delle professioni, Gestione delle risorse umane*,  
Quaderni Minlavoro – ISFOL,

ISTAT, *Censimento dell'industria e dei servizi*, dal 1951 al 2001.

Pasinetti C. (a cura di), *Innovazione tecnologica e servizi alle imprese*,  
F. Angeli, Milano, 1993.

Pasinetti L. (a cura di), *Mutamenti strutturali del sistema produttivo*, Il Mulino,  
Bologna, 1986.

Perez M., *Il ruolo del sistema CATI nella dinamica delle indagini*, in:  
Fabbris L. (a cura di), *CAPTOR 2000: Qualità della didattica e sistemi  
computer – assisted*, CLEUP, Padova, 2001: pagg. 327 – 343

Sartorelli S., Agostinelli C., *Introduzione al linguaggio SAS System*, 1999

#### **Siti internet consultati:**

[www.istat.it](http://www.istat.it)

[www.camcom.it](http://www.camcom.it)

[www.assores.it](http://www.assores.it)

<http://www.federpol.net/>

[http://europa.eu.int/index\\_it.htm](http://europa.eu.int/index_it.htm)

[http://europa.eu.int/comm/dgs/press\\_communication/index\\_it.htm](http://europa.eu.int/comm/dgs/press_communication/index_it.htm)

<http://www.pbmstoria.it/dizionari/storiografia/lemmi/423.htm>

<http://www.assores.it/l-dlgs.html>

<http://www.qec.it/qualita/qualita1.asp?IDCategoria=12>

<http://www.edscuola.it>

Sindacato Unitario Italiano Lavoratori Polizia: <http://www.siulp.it>

## RINGRAZIAMENTI

*Le persone da ringraziare per il raggiungimento di questo importante traguardo sono talmente tante che sicuramente mi dimenticherò di qualcuno.*

*Sperando che questo non succeda, mi scuso già in anticipo con chi si sentirà eventualmente escluso, sottolineando che le persone menzionate sono comunque quelle che ho sentito più vicine nel recente periodo di stesura di questa tesi.*

*Ci tengo a ringraziare il mio relatore, Professor Luigi Fabbris, per i preziosi consigli e per avermi trasmesso la passione per la Statistica.*

*Gli amici dell'Ascom con i quali ho condiviso gioie e dolori per quasi un anno; i miei compagni d'ufficio Marco, Sandro e Stefania, il mio tutor Dott. Marco Italiano ed Erika, più che collega, una cara amica.*

*Ringrazio la mia famiglia a cui dedico questa tesi; i miei genitori che mi hanno sostenuta senza mai negarmi nulla e mio fratello Davide, un grande amico.*

*Ringrazio Nicola che mi è stato vicino in questi ultimi anni, trovando sempre il modo giusto per farmi sorridere.*

*Un sentito ringraziamento lo riservo ai miei nonni, agli zii, ai cugini.*

*Un grazie particolare va alla mia madrina Annarosa per avermi seguita con costanza, sopportando e condividendo tutti i miei "sfoghi".*

*Grazie di cuore alle amiche della Facoltà di Scienze Statistiche che più di tutti ho sentito vicine in questi anni; Arianna, Martina e Veronica; Laura ed Isabella. Agli amici dell'Università Ale, Daniela, Daniele (Toni), Federico (Gip), Marco (Desfà), Massimo (Russel), Moreno (Ciccetto) e alle amiche di Monselice Luisa e Francesca.*

*Un ringraziamento particolare va a tutte le mie compagne di squadra, la Serie D della Pallavolo Tregarofani, all'allenatrice Michela e a tutta la Società di pallavolo per avermi fatto sentire parte di una grande famiglia unita dalla passione per questo sport che pratico ormai da più di dieci anni.*