

Introduzione	4
Capitolo 1 Il commercio a Padova e nel Veneto	7
1.1 Il commercio	7
1.2 Commercio al dettaglio: definizione e classificazione Istat	10
1.2.1 Il ruolo del commercio al dettaglio nel settore terziario	11
1.2.2 Il commercio al dettaglio in Italia, in Veneto e in provincia di Padova	31
1.3 Commercio all'ingrosso: definizione e classificazione Istat	39
1.3.1 Il ruolo del commercio all'ingrosso nel terziario	40
1.3.2 Il commercio all'ingrosso in Italia, in Veneto e in provincia di Padova	51
1.4 Obiettivi dell'indagine sulle imprese commerciali	55
Capitolo 2 Metodologia e tecnica della ricerca	56
2.1 L'indagine	56
2.1.1 Gli intermediari del commercio	57
2.2 Popolazione e campione	58
2.3 I questionari	64
2.3.1 Questionario per interviste faccia a faccia	64
2.3.2 Questionario per interviste telefoniche	66
2.3.3 Questionario per "focus group"	67
2.4 La qualità dei dati	69
2.5 Le basi di dati create	69

Capitolo 3	Un profilo delle aziende commerciali di Padova	70
3.1	La situazione per il commercio all'ingrosso	70
3.2	La situazione per il commercio al dettaglio	81
Capitolo 4	Le tendenze occupazionali nel settore commerciale padovano	94
4.1	La situazione per il commercio al dettaglio	94
4.2	La situazione per il commercio all'ingrosso	95
Capitolo 5	Le professionalità richieste dalle imprese commerciali	97
5.1	La situazione per il commercio al dettaglio	97
5.1.1	Area Direzione	98
5.1.2	Area Amministrazione	98
5.1.3	Area Commerciale e Marketing	100
5.1.4	Area Magazzino	102
5.1.5	Area Operativa	103
5.2	La situazione per il commercio all'ingrosso	107
5.2.1	Il "focus group" per i commercianti all'ingrosso	107
5.2.2	Risultati delle interviste telefoniche ai commercianti all'ingrosso	109
5.2.2.1	Area Direzione	111
5.2.2.2	Area Amministrativa e Sistemi Informativi	114
5.2.2.3	Area Commerciale	118
5.2.2.4	Area Magazzino e Logistica	124
5.2.2.5	Area Servizi Generali	125
5.3	La situazione per la grande distribuzione organizzata	126
5.3.1	Area Direzione	128
5.3.2	Area Amministrativa	129
5.3.3	Area Magazzino e Logistica	134
5.3.4	Area Marketing e Commerciale	135
5.3.5	Area Ufficio Sicurezza	138
5.3.6	Area Ufficio Tecnico	139

5.3.7 Area Ufficio Assistenza Tecnica	142
Glossario	144
Bibliografia	150
Appendice A	
Appendice B	
Appendice C	

Introduzione

Gli enti promotori e realizzatori dell'indagine

In questa tesi si presenta una ricerca condotta durante uno stage che lo scrivente ha fatto presso l'Ascom di Padova, avente lo scopo di determinare le professionalità richieste dalle aziende commerciali della provincia di Padova.

Ascom Padova

L'Ascom (Associazione Commercianti, Turismo e Servizi Piccola e Media Impresa della provincia di Padova) è stata fondata nel 1945 da un gruppo di commercianti, determinati ad avviare una rinascita del settore dopo la fine della seconda guerra mondiale, per tutelare gli interessi della categoria in qualunque loro manifestazione (economica, sindacale, tributaria) nonché per coordinare l'attività dei diversi settori commerciali. In seguito, l'associazione si è allargata ai settori del turismo, dei servizi e della piccola e media impresa, assumendo un ruolo determinante nell'economia padovana e comunque nella vita quotidiana dei cittadini padovani.

Ente Bilaterale - Padova

Si tratta di un organismo paritetico, nel quale le parti hanno un uguale numero di rappresentanti, composto dagli imprenditori e dai lavoratori di Padova. È costituito da:

- 1) ASCOM PADOVA (Associazione Commercianti, Turismo e Servizi Piccola e Media Impresa della provincia di Padova);
- 2) FILCAMS – CGIL PADOVA;

- 3) FISASCAT – CISL PADOVA;
- 4) UILTUCS –UIL PADOVA

È regolato da uno Statuto e da un Regolamento ed è diretto da un Consiglio di Amministrazione e da un'Assemblea.

Il suo scopo è quello di favorire l'inserimento professionale dei giovani, anche attraverso corsi di formazione. All'interno dell'ente è stata costituita una Commissione Paritetica per l'approvazione dei vari tipi di rapporto di lavoro tra le aziende ed i lavoratori, nonché per conciliare eventuali vertenze tra le due parti.

Osservatorio del Mercato del Lavoro

L'Osservatorio del Mercato del Lavoro dell'Ente Bilaterale di Padova si propone di favorire l'incontro domanda-offerta di lavoro nel settore terziario, attraverso la costituzione di banche dati che fotografino dettagliatamente la situazione nell'area padovana. È diretto dal Presidente, che può godere della collaborazione di personale specializzato in questo ambito informatico.

Le attività principali dell'Osservatorio sono:

- 1) rilevare le varie professionalità attuali, suddivise per i vari contratti di lavoro, analizzando la loro dipendenza dal territorio;
- 2) prevedere, selezionando un campione rappresentativo di aziende, i bisogni di professionalità futuri nei diversi settori, dal punto di vista quantitativo (numero di unità) e qualitativo (formazione necessaria);
- 3) monitorare costantemente la situazione della domanda e dell'offerta di lavoro, al fine di tenere sempre aggiornate le conoscenze al riguardo

Obiettivi dell'indagine sulle imprese commerciali

Gli obiettivi che l'Ascom di Padova intende perseguire con la ricerca sulle figure professionali richieste nel settore commerciale padovano sono molteplici:

- 1) studiare la situazione occupazionale attuale del settore del commercio;
- 2) prevedere le dinamiche occupazionali del breve – medio periodo, individuando eventuali

- carenze di professionalità;
- 3) rilevare le competenze necessarie ai lavoratori, sia nel presente sia nel futuro;
 - 4) rilevare la struttura e l'organizzazione delle imprese;
 - 5) rilevare gli obiettivi aziendali futuri dei titolari delle imprese;
 - 6) raccogliere considerazioni dei datori di lavoro sulla formazione dei giovani;
 - 7) indagare la conoscenza, da parte dei datori di lavoro, della recente riforma universitaria e l'eventuale loro opinione su di essa

L'Ascom ha attivato uno stage nel quale ho condotto una serie di ricerche sulle figure professionali al momento richieste nel settore del commercio della provincia di Padova intervistando direttamente i commercianti stessi.

CAPITOLO 1

Il commercio a Padova e nel Veneto

1.1 Il commercio

Il commercio è un'attività economica che consiste nell'acquistare della merce e nel venderla, eventualmente dopo averla modificata o trasformata, ad un acquirente.

Ci sono tre classificazioni del commercio, basate sulla tipologia di vendita, sulla tipologia della merce commercializzata, sull'estensione temporale dell'attività.

In base al tipo di merce, il commercio si divide in:

- 1) alimentare, per esercitare il quale il titolare dell'attività o, nel caso di società, la persona preposta all'attività commerciale deve possedere uno dei seguenti requisiti:
 - avere frequentato con esito positivo un corso istituito o riconosciuto dalla regione;
 - avere esercitato, per conto proprio, questa attività per almeno 2 anni nell'ultimo quinquennio o avere lavorato in questo tipo di imprese come addetto alla vendita, di addetto all'amministrazione o di coadiutore familiare;
 - essere stato iscritto nell'ultimo quinquennio al REC (Registro degli Esercenti il Commercio) per uno dei gruppi merceologici previsti

- 2) non alimentare, attività per svolgere la quale non è richiesto alcun requisito professionale

In base alla tipologia di vendita, il commercio si divide in:

- 1) commercio al dettaglio o al minuto, esercitato da chi acquista della merce da un grossista e la rivende successivamente al consumatore finale;

- 2) commercio all'ingrosso. Lo esercita chi acquista le merci per conto proprio e le vende ad un'impresa, ad un altro commerciante (dettagliante o grossista) oppure ad un ente pubblico o privato.

Ci sono due classificazioni del commercio al dettaglio, basate sulla tipologia di vendita e sulle strutture in cui viene effettuata la vendita.

In base alla prima classificazione, il commercio al dettaglio si divide in:

- 1) commercio in sede privata fissa (negozi);
- 2) commercio ambulante o su area pubblica, quando la vendita viene effettuata nelle aree pubbliche (strade, piazze, canali, ecc.) o in quelle private di cui il comune abbia la disponibilità. Un esempio è quello dei mercati rionali. Richiede un'autorizzazione che deve essere rilasciata, se il commercio si svolge in un mercato, dal comune in cui si trova il mercato stesso; se il commercio è itinerante, dal comune di residenza; se il commercio è svolto da una società, dal comune in cui essa ha la sede legale;
- 3) commercio elettronico, detto spesso e-commerce, che avviene per via elettronica. Su internet vengono organizzate delle aste per vendere i prodotti all'acquirente che offre la cifra migliore entro un tempo prestabilito. Con questo sistema, è possibile acquistare prodotti da ogni parte del mondo ed averli in breve tempo. Richiede una comunicazione al comune in cui il commerciante ha la residenza o la sede legale della sua attività, nella quale vengano dichiarati il settore merceologico ed il possesso di alcuni requisiti soggettivi;
- 4) commercio automatico, che avviene con sistemi automatici come i distributori self-service presenti nei luoghi di lavoro, nelle stazioni, negli aeroporti ed in altri luoghi pubblici. Richiede una comunicazione al comune di riferimento in cui vengano dichiarati: il possesso dei requisiti morali e professionali (solo per il commercio alimentare), il settore merceologico, l'ubicazione e, se il commercio avviene in strade o piazze, l'osservanza delle norme relative all'occupazione del suolo pubblico;

- 5) commercio per sistemi di comunicazione, che avviene mediante la televisione, la posta o altri strumenti di comunicazione dopo una richiesta del cliente. Richiede una comunicazione al comune in cui il commerciante ha la residenza o la sede legale della sua attività, nella quale vengano dichiarati il settore merceologico ed il possesso di alcuni requisiti soggettivi;
- 6) commercio a domicilio, cioè la vendita di prodotti o la raccolta di ordinativi di acquisto direttamente al domicilio del consumatore. Richiede una comunicazione al comune in cui il commerciante ha la residenza o la sede legale della sua attività e, se il commerciante viene supportato da degli incaricati, deve consegnare all'autorità di pubblica sicurezza del comune stesso un loro elenco.

In base alla seconda classificazione, il commercio al dettaglio si divide in:

- 1) commercio in esercizi di vicinato, cioè negli esercizi aventi una superficie di vendita fino a 150 mq. nei comuni con popolazione fino a 10000 residenti e fino a 250 mq. nei comuni con oltre 10000 residenti. Per aprire, ingrandire o trasferire uno di questi punti vendita, è necessaria una comunicazione al comune di appartenenza nella quale vengano indicati: il possesso di alcuni requisiti morali e professionali (solo per il settore alimentare); il rispetto dei regolamenti di polizia, igienici, edilistico – urbanistici e di destinazione d'uso; il settore merceologico, l'ubicazione e la superficie del punto vendita e la superficie di vendita. Dal giorno in cui la comunicazione è stata ricevuta dal comune ci sono 30 giorni di tempo per l'apertura, l'ingrandimento o il trasferimento del punto vendita;
- 2) commercio in medie strutture di vendita, cioè negli esercizi aventi una superficie di vendita compresa tra 150 e 1500 mq. nei comuni con popolazione fino a 10000 residenti e tra 250 e 2500 mq. nei comuni con popolazione superiore a 10000 residenti. Per aprire, ingrandire o trasferire uno di questi punti vendita, sono necessarie una comunicazione al comune di appartenenza ed una successiva autorizzazione dal comune stesso che deve avvenire entro 90 giorni dal ricevimento della comunicazione;
- 3) commercio in grandi strutture di vendita, cioè negli esercizi aventi una superficie di vendita superiore a 1500 mq. nei comuni con popolazione fino a 10000 abitanti e superiore a 2500 mq. nei comuni con popolazione superiore ai 10000 abitanti. Per aprire, ingrandire o

trasferire uno di questi punti vendita, sono necessarie una comunicazione al comune, un'autorizzazione della regione (che deve avvenire nell'ambito di una conferenza di servizi nella quale siano presenti rappresentanti della regione, della provincia e del comune) ed una successiva autorizzazione comunale (che deve avvenire dopo un termine, stabilito dalla regione, non superiore ai 120 giorni dalla presentazione della domanda).

In base all'estensione temporale, il commercio può essere diviso in due categorie:

- 1) commercio che avviene durante tutto l'anno;
- 2) commercio stagionale, che avviene solo in determinati periodi dell'anno. È il caso, per fare due esempi, del commercio correlato agli impianti sciistici, che avviene durante il periodo invernale, e di quello dei mercatini di Natale, che avviene durante il periodo di novembre – dicembre

1.2 Commercio al dettaglio: definizione e classificazione Istat

Al dettaglio è il commercio esercitato da chi acquista merci e le rivende direttamente al consumatore finale, cioè al pubblico in generale.¹

Le attività economiche sono state suddivise in varie categorie secondo la classificazione ATECO 2002 – Istat 2002, che è riportata nella tabella 1.1.

Tabella 1.1 *Classificazione ATECO 2002 delle attività economiche.*

Sezione	Attività economica
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

¹ Tratto dal sito "www.artigianinet.com"

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: sito dell'Istat "www.istat.it"

1.2.1 Il ruolo del commercio al dettaglio nel settore terziario

Il terziario può essere diviso in tre categorie importanti: commercio, alberghi e pubblici esercizi, attività e servizi vari. Nell'economia della provincia di Padova, il terziario occupa un posto molto rilevante ed in costante espansione: sulle 17 classi di attività economica con più di 1000 imprese presenti nel territorio ben 10 appartengono a questo settore. Le attività terziarie prevalgono anche nell'occupazione della provincia di Padova (62 % della forza lavoro). Gli addetti occupati nel settore terziario nella provincia di Padova sono il 21 % del totale di quelli occupati nello stesso settore nel Veneto. Il commercio, nella provincia di Padova, si è sviluppato moltissimo: il 29,6 % delle unità locali qui presenti appartengono a questo settore, per il quale il Padovano è al primo posto fra le province del Nord – Est ed al dodicesimo posto fra le province italiane. Nella provincia di Padova, infatti, sono presenti il 22 % delle imprese del Veneto, il 15,6 % di quelle del Nord – Est e l'1,6 % di quelle dell'Italia. Nel seguito si presentano alcuni dati inerenti al commercio al dettaglio (cfr. par. 1.1) e al commercio all'ingrosso (cfr. par. 1.2). Nell'ultimo cinquantennio il commercio al dettaglio ha occupato uno spazio rilevante all'interno del terziario, sia in Italia sia, più specificatamente, nel Veneto e nella provincia di Padova. Nel Padovano il 73 % delle unità del commercio al dettaglio sono imprese individuali. In Italia, fino al 1981 il commercio al dettaglio ha occupato, come numero di unità locali, oltre la metà di tutto il terziario. In seguito, il suo peso è stato in continua diminuzione.

Tabella 1.2 Numero di unità locali del commercio al dettaglio, in Italia, dal 1951 al 2001

Anni	N. unità locali
1951	512322

1961	830562
1971	927605
1981	987994
1991	981312
1996	946173
2001	834616

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Dal 1951 al 1981 c'è un continuo aumento del numero di aziende che si occupano di commercio al dettaglio; tale aumento è sensibile soprattutto nel periodo compreso tra il 1951 ed il 1961. Dal 1981 al 2001 c'è, al contrario, un continuo calo, sensibile soprattutto nell'ultimo quinquennio.

Tabella 1.3 Percentuale delle unità locali del commercio al dettaglio sul totale delle unità locali del terziario, in Italia, dal 1951 al 2001.

Anni	% unità loc. comm. al dett. sul totale delle unità loc. del terz.
1951	54,5
1961	61,9
1971	58,5
1981	51,6
1991	47,8
1996	37,5
2001	35,4

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Col grafico 1.1 si visualizza meglio l'andamento. C'è un aumento del 13,6 % dal 1951 al 1961, poi un calo del 42,8 % dal 1961 al 2001. Dal 1951 al 1961 c'è stato un aumento sia delle unità locali del commercio al dettaglio sia assoluto sia in percentuale nel terziario. Invece, dal 1961 al 1981 c'è stato un aumento delle prime ed una diminuzione della seconda. Infatti, in questo arco di tempo le unità locali del terziario sono aumentate del 42,7 % contro il 18,9 % del commercio

al dettaglio (cfr. tab. 1.4). In generale, si può dire che prima del 1981 il commercio al dettaglio occupava più di metà dell'intero terziario, dal 1991 meno del 50 %.

Grafico 1.1 *Andamento della percentuale delle unità locali del commercio al dettaglio sul totale delle unità locali del terziario, in Italia, dal 1951 al 2001.*

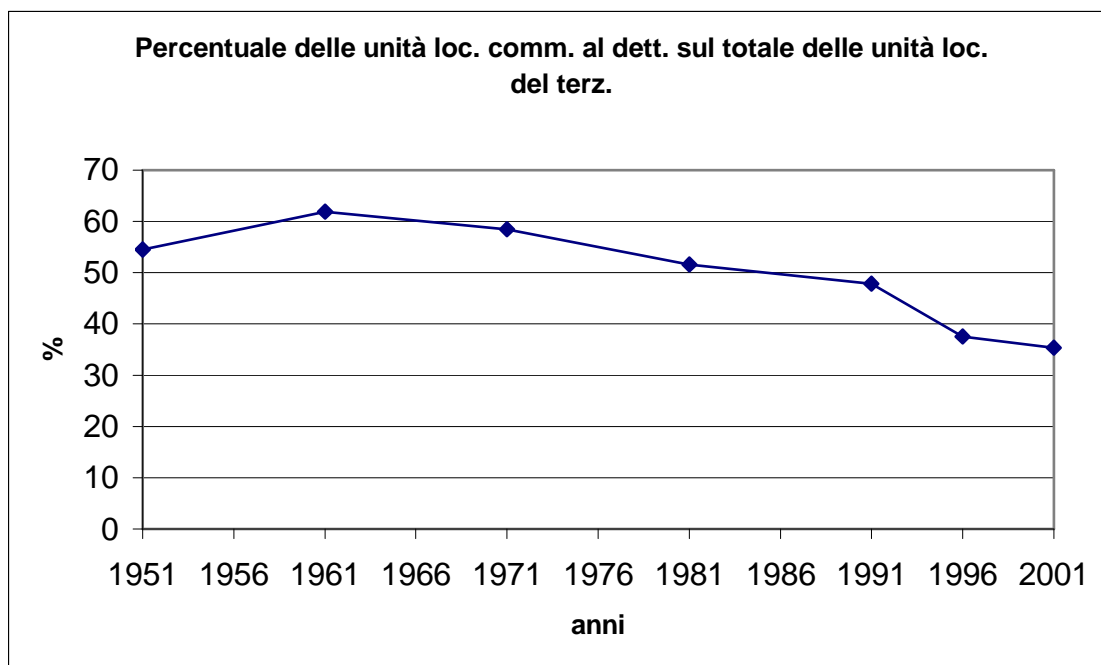


Tabella 1.4 *Andamento del numero di unità locali del terziario, in Italia, dal 1951 al 2001.*

Anni	Unità loc. terz.
1951	940041
1961	1341780
1971	1594862
1981	1902637
1991	2052954
1996	2523127
2001	2357673

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Tabella 1.5 *Numero di addetti del commercio al dettaglio, dal 1951 al 2001, in Italia*

Anni	Addetti com. al dett.
1951	1215962

1961	1564890
1971	1747380
1981	1946619
1991	2531001
1996	2463181
2001	2455161

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Dal 1951 al 1996 c'è stato un continuo aumento del numero di aziende che operano nel settore terziario, seguito da un'inversione di tendenza nei cinque anni successivi.

Dal 1951 al 1991 c'è un continuo aumento del numero degli addetti del commercio al dettaglio. Nei dieci anni successivi c'è stata una diminuzione molto leggera.

Nella tabella 1.6 si vede la posizione che ha occupato, come numero di addetti, il commercio al dettaglio sul terziario nell'ultimo cinquantennio.

Tabella 1.6 Percentuale del numero di addetti al commercio al dettaglio sul totale degli addetti al terziario e numero di addetti al terziario, in Italia, dal 1951 al 2001.

Anni	Addetti al terz.	% addetti al com. al dett. sul totale addetti al terz.
1951	3150161	38,6
1961	3699503	42,3
1971	4412577	39,6
1981	5642373	34,5
1991	7716465	32,8
1996	8703821	28,3
2001	9026328	27,2

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Nei cinquanta anni esaminati il numero degli addetti occupati nel settore terziario è aumentato continuamente; tale aumento è stato particolarmente significativo nel periodo compreso tra il 1981 ed il 1996.

Nel grafico 1.2 si visualizza meglio l'andamento della percentuale degli addetti al commercio al dettaglio sul totale degli addetti al terziario. Il rapporto tra addetti al commercio al dettaglio e totale degli addetti al terziario è aumentato di poco dal 1951 al 1961, nei quarant'anni successivi c'è stato un calo del 35,7 %. Come numero di addetti, il commercio al dettaglio negli ultimi cinquanta anni ha sempre occupato meno di metà di tutto il terziario.

Grafico 1.2 *Andamento della percentuale degli addetti al commercio al dettaglio sul totale degli addetti al terziario, dal 1951 al 2001, in Italia.*

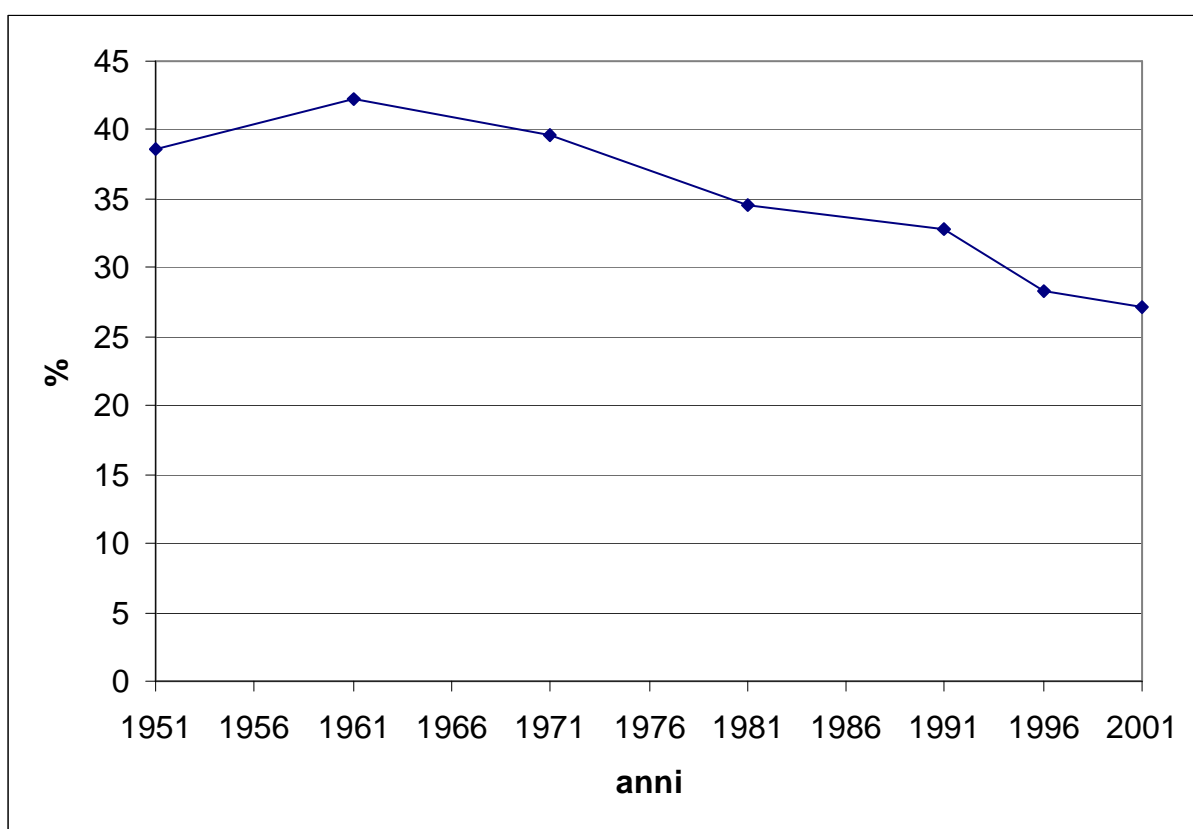


Tabella 1.7 *Numero di unità locali del commercio al dettaglio, dal 1951 al 2001, nel Veneto*

Anni	Unità locali
1951	440709
1961	59019
1971	66504
1981	72425
1991	91141
1996	62136

2001	69553
------	-------

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Dal 1951 al 1961 c'è stato un fortissimo calo del numero di unità locali del commercio al dettaglio. Dal 1961 al 1991 c'è stato un continuo aumento, sensibile soprattutto nell'ultimo decennio. Dal 1991 al 1996 c'è stato un brusco calo, seguito da una ripresa nei cinque anni successivi.

Tabella 1.8 *Numero di addetti del commercio al dettaglio, dal 1951 al 2001, nel Veneto*

Anni	Addetti
1951	77101
1961	123586
1971	135825
1981	158646
1991	251416
1996	159704
2001	67694

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Dal 1951 al 1991 c'è stato un continuo aumento del numero di addetti del commercio al dettaglio, sensibile soprattutto nel periodo tra il 1981 ed il 1991. Nei dieci anni successivi c'è stato un calo, particolarmente significativo nell'ultimo quinquennio.

Tabella 1.9 *Percentuale delle unità locali del commercio al dettaglio sul totale delle unità locali del terziario, numero di unità locali del terziario, percentuale degli addetti al commercio al dettaglio sul totale degli addetti al terziario, numero degli addetti al terziario, in Veneto, dal 1951 al 2001.*

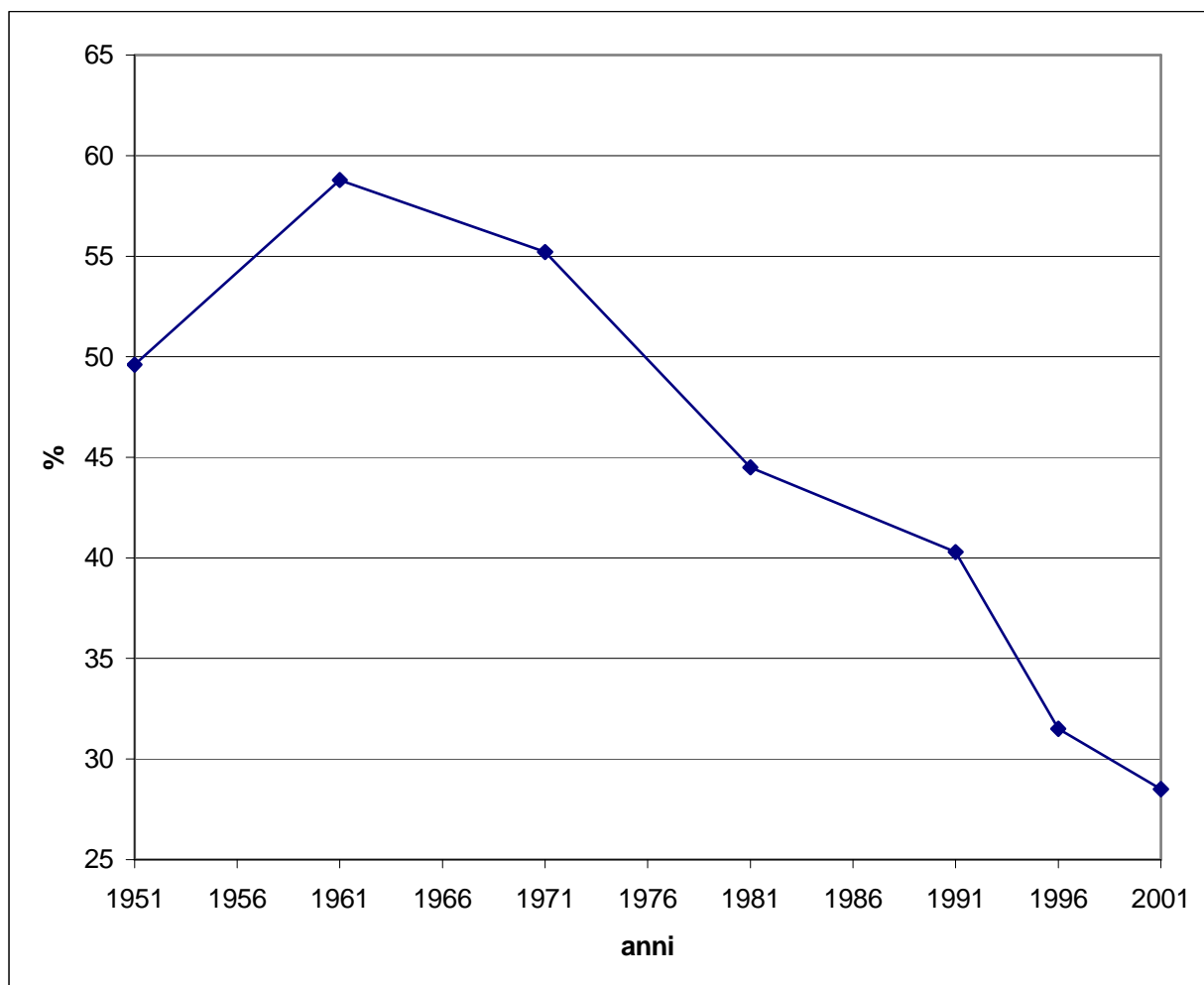
Anni	% unità loc. com. al dett. sul totale delle unità loc. del terz.	Unità loc. terz.	% addetti al com. al dett. sul totale degli addetti al terz.	Addetti al terz.
1951	49,6	888527	38,8	198714
1961	58,8	100372	42,9	288079
1971	55,2	120479	39,4	344733

1981	44,5	162753	33,5	473570
1991	40,3	226156	30,6	821621
1996	31,5	197256	26,8	595912
2001	28,5	244046	25,6	264430

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Il grafico 1.3 permette di visualizzare meglio la posizione che ha occupato il commercio al dettaglio nel terziario in Veneto nell'ultimo cinquantennio.

Grafico 1.3 *Andamento della percentuale del numero di unità locali del commercio al dettaglio sul totale delle unità locali del terziario, in Veneto, dal 1951 al 2001.*



C'è un aumento della percentuale delle unità locali del commercio al dettaglio sul totale delle unità locali del terziario, dal 1951 al 1961, del 51,8 %. Dal 1961 al 1981, si nota un aumento del numero di unità locali del commercio al dettaglio (+ 22,9 %) ed una diminuzione della

percentuale di unità locali del commercio al dettaglio sul totale delle unità locali del terziario (-24,3 %). Questo accade perché il numero di unità locali di tutto il terziario aumenta molto di più (+ 62,1 %) di quelle del solo commercio al dettaglio, come è facile concludere guardando la tabella 1.9. Mentre nel 1961 e nel 1971 il commercio al dettaglio ha occupato, come numero di unità locali, oltre metà del terziario, negli anni seguenti il suo peso nel terziario è diminuito sempre di più, arrivando ad occupare, nel 2001, meno di un terzo del terziario stesso.

Nel grafico 1.4 si vede sempre la posizione che ha occupato nell'ultimo cinquantennio il commercio al dettaglio sul terziario in Veneto, però come numero di addetti. Il rapporto percentuale fra addetti al commercio al dettaglio e addetti al terziario aumenta del 10,6 % dal 1951 al 1961, nei restanti quarant'anni diminuisce del 40,3 %. Dal 1961 al 1981 si registra un andamento simile a quello visto per le unità locali: il numero di addetti al commercio al dettaglio aumenta del 28,7 %, mentre la percentuale del numero degli addetti al commercio al dettaglio sul totale degli addetti al terziario diminuisce del 21,9 %. Questo avviene perché il numero di addetti al terziario, in questo lasso di tempo, è aumentato del 64,4 % (cfr. tab. 1.10). Nel commercio al dettaglio, dal 1951 al 2001, sono sempre state occupate meno di metà delle persone occupate complessivamente in tutto il settore terziario.

Grafico 1.4 *Andamento della percentuale degli addetti al commercio al dettaglio sul totale degli addetti al terziario, dal 1951 al 2001, nel Veneto.*

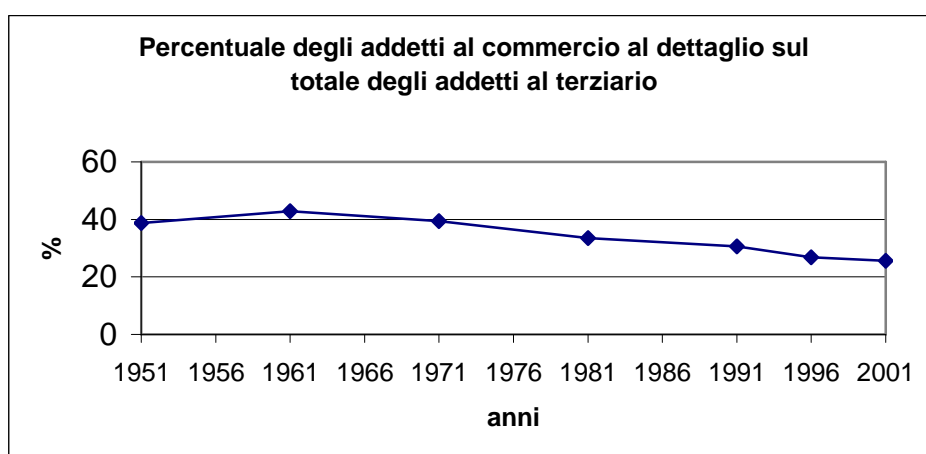


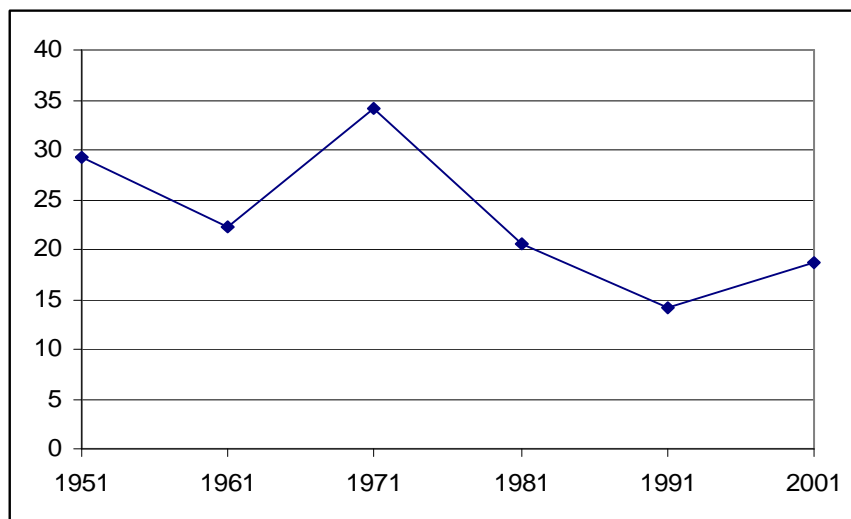
Tabella 1.10 *Numero di unità locali del terziario, numero di addetti al terziario, numero di unità locali del commercio al dettaglio, numero di addetti al commercio al dettaglio, percentuale del numero di unità locali del commercio al dettaglio sul totale degli occupati nel commercio al dettaglio, percentuale del numero di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, per la provincia di Verona, ogni 10 anni dal 1951 al 2001.*

Anni	Unità loc. com. al dett.	% unità loc. com. al dett. sul tot. Degli addetti al com. al dett.	Addetti com. al dett.	% addetti com. al dett. su quelli al terz.	Unità loc. terz.	Addetti al terz.
1951	6295	48	13106	29,3	14546	44753
1961	11191	88,7	12623	22,3	19610	56539
1971	9900	47,5	20849	34,1	21714	61136
1981	22438	78,3	28650	20,5	37469	139526
1991	11652	44,1	26441	14,1	49638	187447
2001	9665	36,8	26259	18,7	46670	140279

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Nel 1951 nelle aziende del commercio al dettaglio c'erano mediamente due occupati, nel 1961 uno, nel 1971 di nuovo due, nel 1981 uno, nel 1991 e nel 2001 due.

Grafico 1.5 Andamento della percentuale di addetti al dettaglio su quelli del terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Verona.



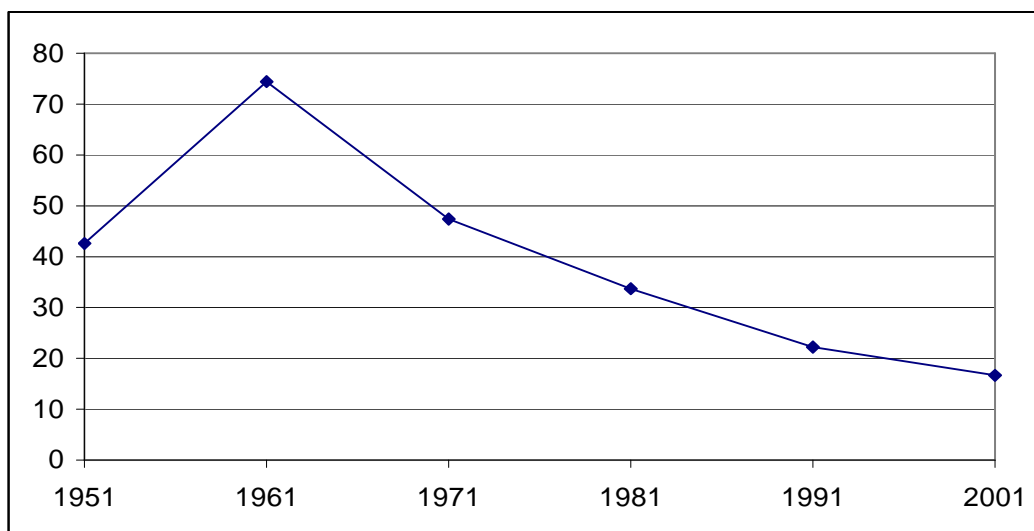
Dal 1951 al 1961 c'è stata una diminuzione del 23,9 % del rapporto percentuale preso in considerazione. Dal 1961 al 1971 c'è stato un aumento del 52,9 %, seguito da una diminuzione del 31,2 % nei dieci anni successivi. Dal 1991 al 2001 c'è stato un aumento del 32,6 %. Complessivamente, come numero di addetti, il commercio al dettaglio del Veronese ha occupato nell'ultimo cinquantennio sempre meno di metà dell'intero terziario della provincia.

Tabella 1.11 Numero di unità locali del terziario, numero di addetti al terziario, numero di unità locali del commercio al dettaglio, numero di addetti al commercio al dettaglio, percentuale del numero di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, percentuale del numero di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, per la provincia di Vicenza, ogni 10 anni dal 1951 al 2001.

Anni	Unità loc. com. al dett.	% unità loc. com. al dett. sul totale di quelle del terz.	Addetti al com. al dett.	% addetti al com. al dett. sul totale di quelli al terz.	Unità loc. terz.	Addetti al terz.
1951	5442	42,6	11715	33,7	12775	34769
1961	11960	74,4	25468	61,7	16066	41253
1971	9401	47,5	19440	40,7	19782	47793
1981	11562	33,7	24088	21,7	34347	110864
1991	10312	22,1	23327	14,7	46704	158775
2001	8450	16,5	22304	40	51079	55761

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

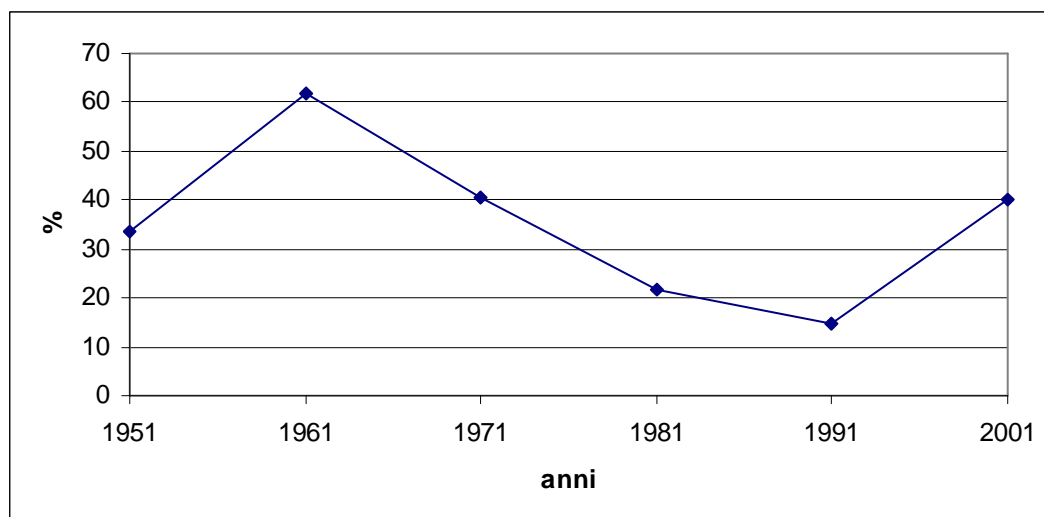
Grafico 1.6 Andamento della percentuale di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Vicenza.



Dal 1951 c'è stato un aumento del 74,7 % del rapporto percentuale preso in considerazione, che nei quaranta anni successivi è diminuito del 77,8 %. Nell'ultimo cinquantennio, solo nel 1961 il

commercio al dettaglio, come numero di unità locali, ha occupato più di metà dell'intero terziario.

Grafico 1.7 Andamento della percentuale di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Vicenza.



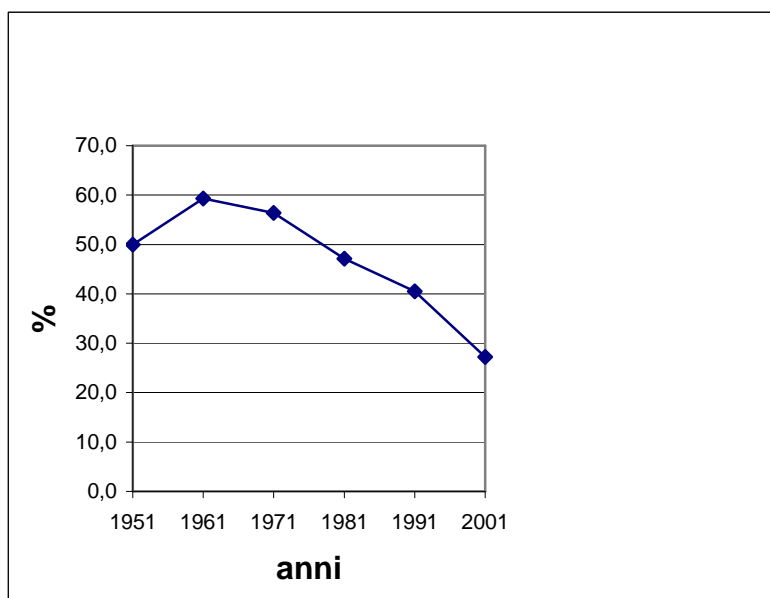
Dal 1951 al 1961 il rapporto percentuale preso in considerazione è aumentato dell' 83,1 %. Dal 1961 al 1991 c'è stata una diminuzione del 76,2 %, alla quale è seguito un aumento del 172,1 % nei dieci anni successivi. Negli ultimi cinquanta anni, nella provincia di Vicenza, solo nel 1961 il commercio al dettaglio ha occupato come numero di addetti più di metà dell'intero terziario.

Tabella 1.12 Numero di unità locali del commercio al dettaglio, numero di addetti al commercio al dettaglio, numero di unità locali del terziario, numero di addetti al terziario, percentuale del numero di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, percentuale del numero di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, per la provincia di Padova, ogni 10 anni dal 1951 al 2001.

Anni	Unità loc. com. al dett.	% unità loc. com. al dett. sul totale di quelle del terz.	Addetti al com. al dett.	% addetti al com. al dett. sul totale di quelli del terz.	Unità loc. terz.	Addetti al terz.
1951	5971	50,0	14271	41,3	11941	34555
1961	10313	59,3	22398	41,5	17392	53971
1971	12525	56,4	25956	37,6	22207	69031
1981	13735	47,1	30285	32,5	29162	93186
1991	12478	40,5	30209	28,6	30811	105625
2001	11290	27,2	29566	23,6	41507	125278

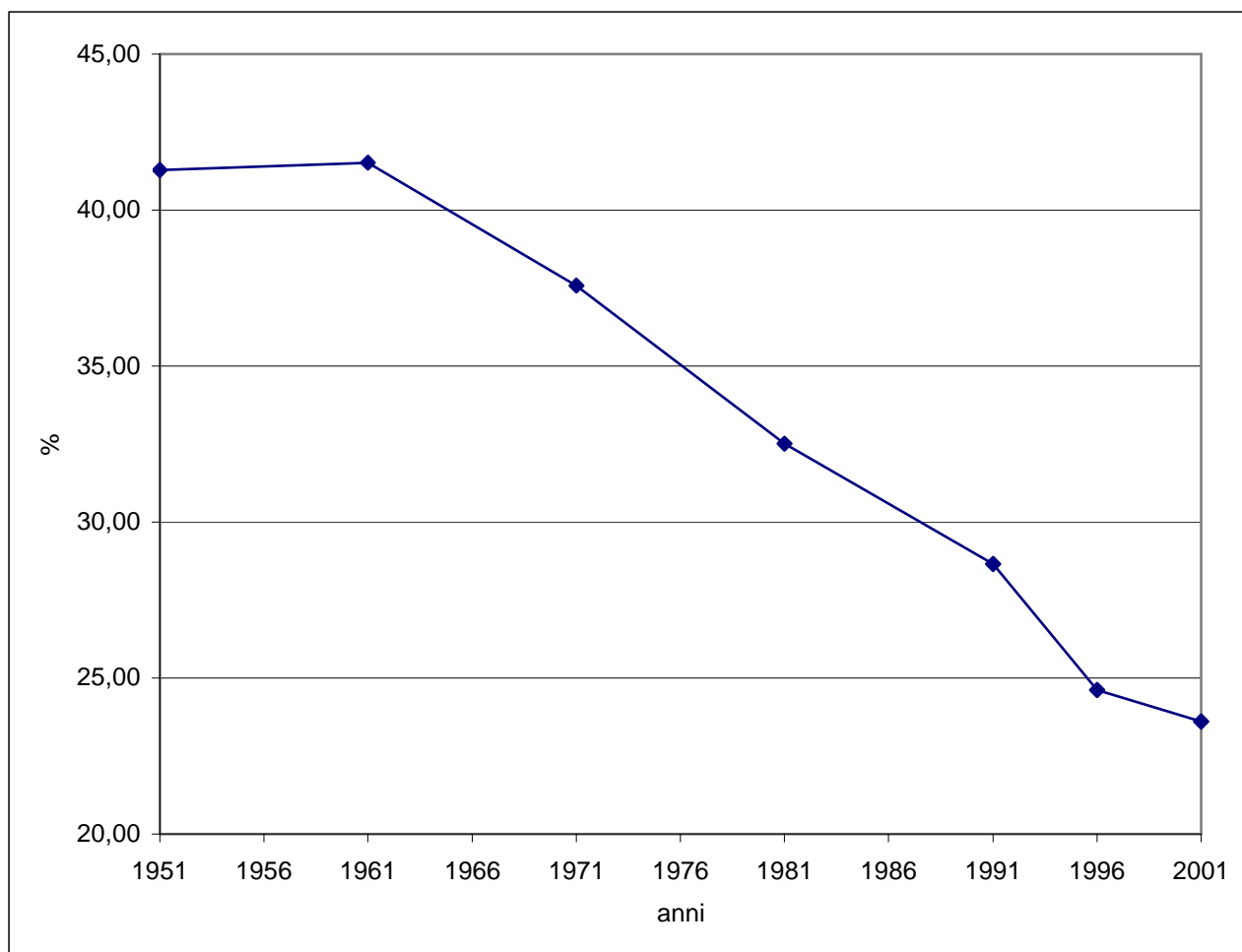
Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Grafico 1.8 *Andamento della percentuale di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Padova.*



Si vede un aumento del rapporto percentuale delle unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario del 18,6 % dal 1951 al 1961, nei quaranta anni successivi c'è una diminuzione del 54,1 %. Dal 1961 al 1981, mentre il numero di unità locali del commercio al dettaglio aumenta del 33 %, la percentuale di unità locali del commercio al dettaglio sul totale del terziario diminuisce del 20,6 %. Questo avviene perché il numero di unità locali del terziario è aumentato percentualmente di più di quello del commercio al dettaglio (67 % contro il 33 %).

Grafico 1.9 *Andamento della percentuale di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Padova.*



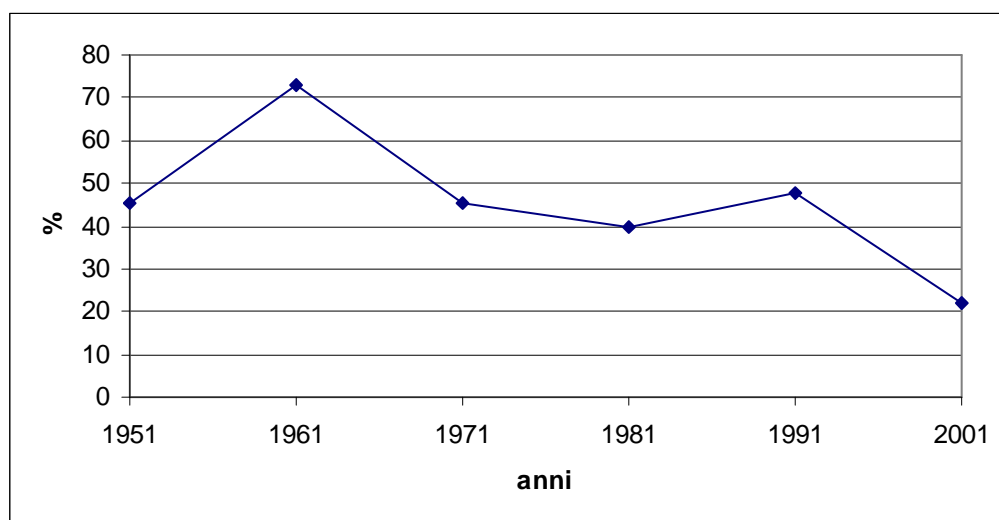
In provincia di Padova c'è un leggerissimo aumento della percentuale degli addetti al commercio al dettaglio sul totale degli addetti al terziario (+ 0,5 %) dal 1951 al 1961, seguito da una diminuzione del 43,1 % nei quaranta anni successivi. Dal 1961 al 1981, mentre il numero degli addetti al commercio al dettaglio segna un aumento del 35,2 %, la percentuale degli addetti al commercio al dettaglio sul totale degli addetti al terziario diminuisce del 21,7 %. La situazione degli addetti è pertanto analoga a quella delle unità locali. Per quanto riguarda il numero di addetti al terziario, si verifica un aumento del 72,7 %, circa il doppio dell'aumento degli addetti al commercio al dettaglio.

Tabella 1.13 Numero di unità locali del terziario, numero di addetti al terziario, numero di unità locali del commercio al dettaglio, numero di addetti al commercio al dettaglio, percentuale del numero di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, percentuale del numero di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, per la provincia di Rovigo, ogni 10 anni dal 1951 al 2001.

Anni	Unità loc. com. al dett.	% unità loc. com. al dett. sul totale di quelle del terz.	Addetti al com. al dett.	% addetti al com. al dett. sul totale di quelli al terz.	Unità loc. terz.	Addetti al terz.
1951	2880	45,6	6197	38,6	6320	16073
1961	5611	72,8	11412	62,1	7709	18363
1971	3710	45,2	9271	47,3	8199	19582
1981	4757	39,9	9516	24,8	11909	38320
1991	7442	47,9	8598	16,6	15548	51715
2001	3288	22,2	5961	36,8	16197	16197

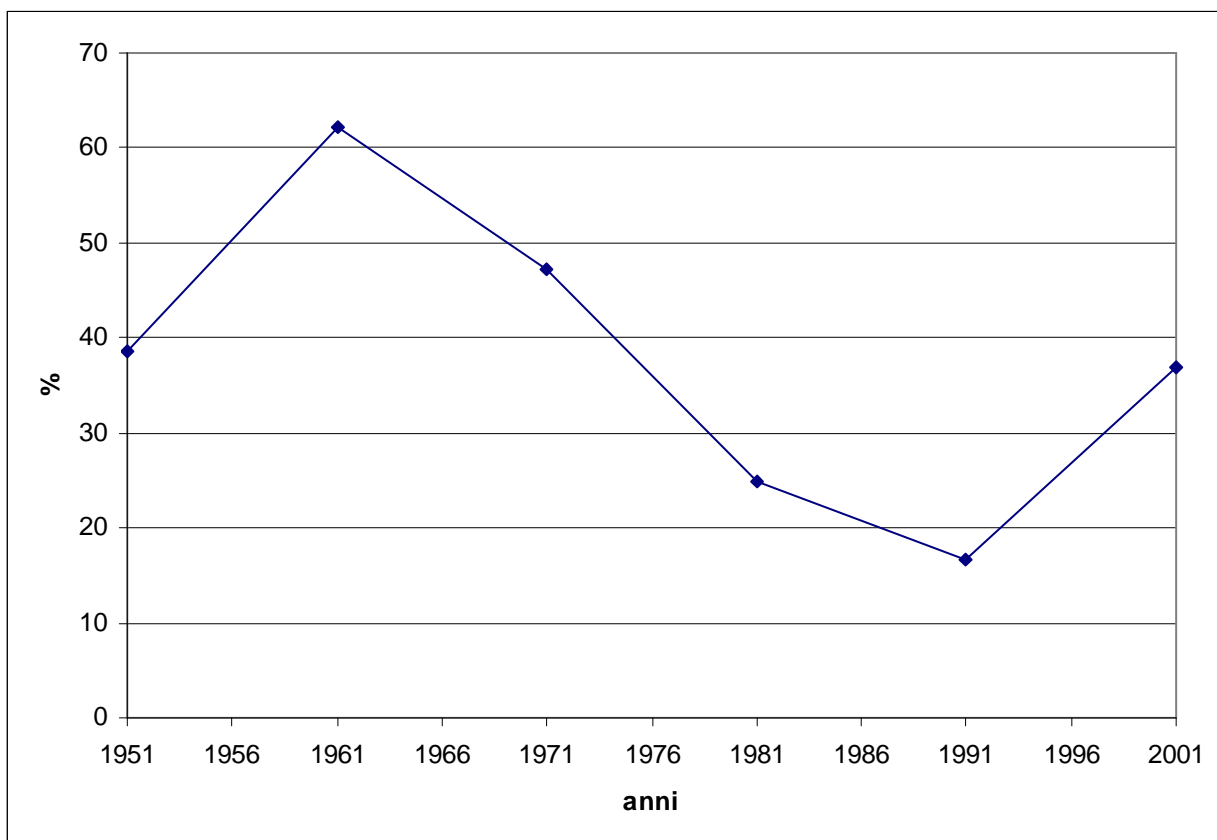
Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001

Grafico 1.10 *Andamento della percentuale di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Rovigo.*



Dal 1951 al 1961 il rapporto percentuale in questione è aumentato del 59,6 %, mentre dal 1961 al 1981 esso è diminuito del 45,2 %. Dal 1981 al 1991 c'è stato un aumento del 20,1 %, seguito da una diminuzione del 53,7 % nei dieci anni successivi. Nell'ultimo cinquantennio, come numero di unità locali, solo nel 1961 il commercio al dettaglio ha occupato più di metà di tutto il terziario.

Grafico 1.11 *Andamento della percentuale di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Rovigo.*



Il rapporto percentuale fra gli addetti al commercio al dettaglio ed il totale degli addetti al terziario aumenta del 60,9 % dal 1951 al 1961. Dal 1961 al 1991 c'è una diminuzione del 73,3 %, alla quale segue un aumento del 121,7 % nei dieci anni successivi. Come numero di addetti, solo nel 1961 il commercio al dettaglio ha occupato più di metà di tutto il terziario.

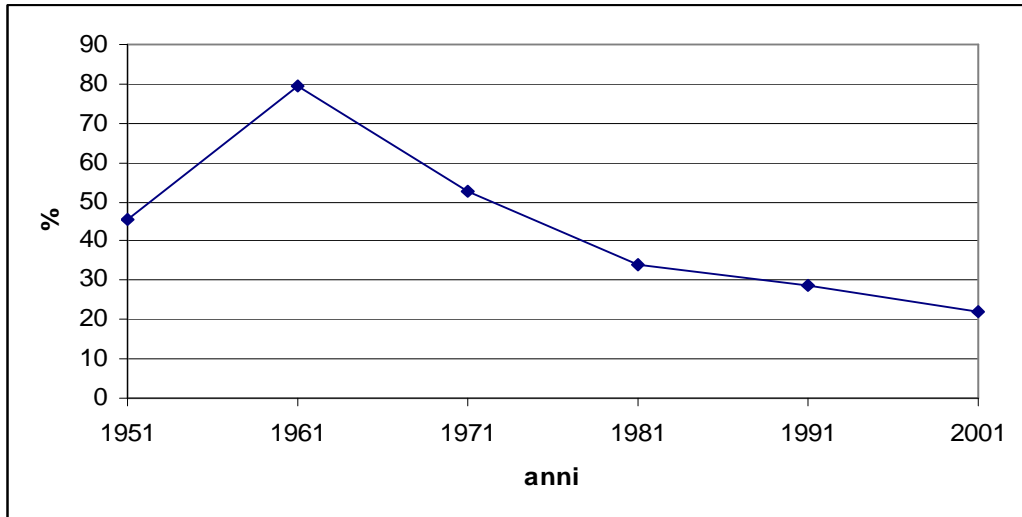
Tabella 1.14 Numero di unità locali del commercio al dettaglio, numero di addetti al commercio al dettaglio, numero di unità locali del terziario, numero di addetti al terziario, percentuale del numero di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, percentuale del numero di addetti del commercio al dettaglio sul totale di quelle al terziario, per la provincia di Venezia, ogni 10 anni dal 1951 al 2001.

Anni	Unità loc. com. al dett.	% unità loc. com. al dett. sul totale di quelle del terz.	Addetti al com. al dett.	% addetti al com. al dett. sul totale di quelli al terz.	Unità loc. terz.	Addetti al terz.
1951	6806	45,7	15138	26,3	14877	57591
1961	15900	79,3	38794	54,8	20045	70856
1971	12752	52,6	26290	33,6	24232	78183
1981	14980	34,0	33753	20,8	44071	162315
1991	13671	28,7	32619	15,9	47705	205634

2001	11754	22	42397	72,4	53476	58561
------	-------	----	-------	------	-------	-------

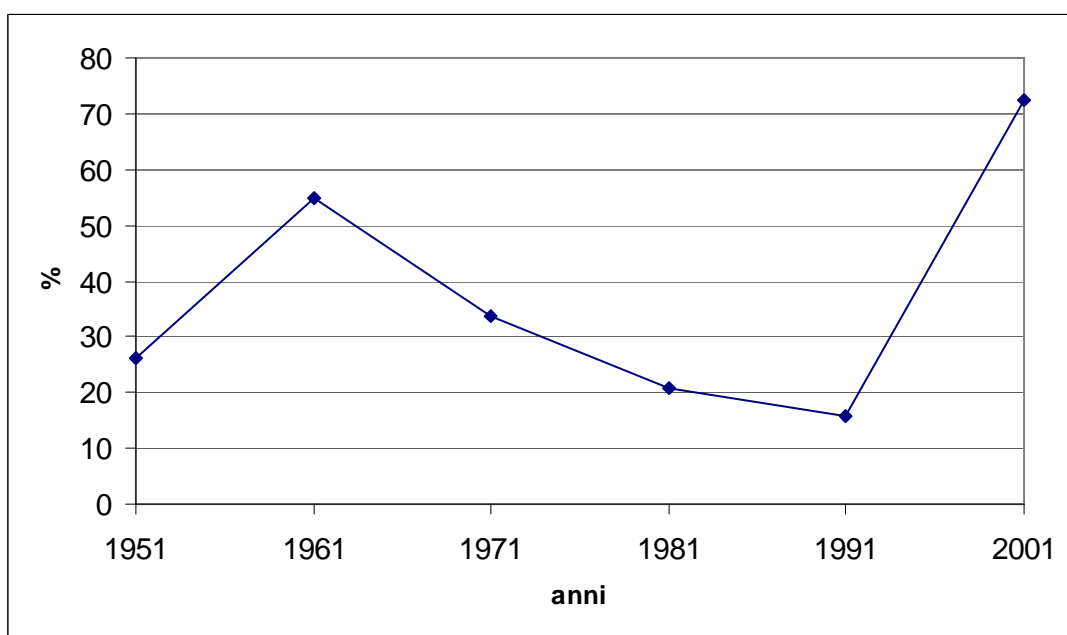
Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Grafico 1.12 *Andamento della percentuale di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Venezia.*



Dal 1951 al 1961 il rapporto percentuale è aumentato del 73,5 %, mentre nei quaranta anni successivi esso è diminuito del 72,3 %. Come numero di unità locali, nell'ultimo cinquantennio solo nel 1961 e nel 1971 il commercio al dettaglio ha occupato più di metà di tutto il terziario.

Grafico 1.13 *Andamento della percentuale di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Venezia.*



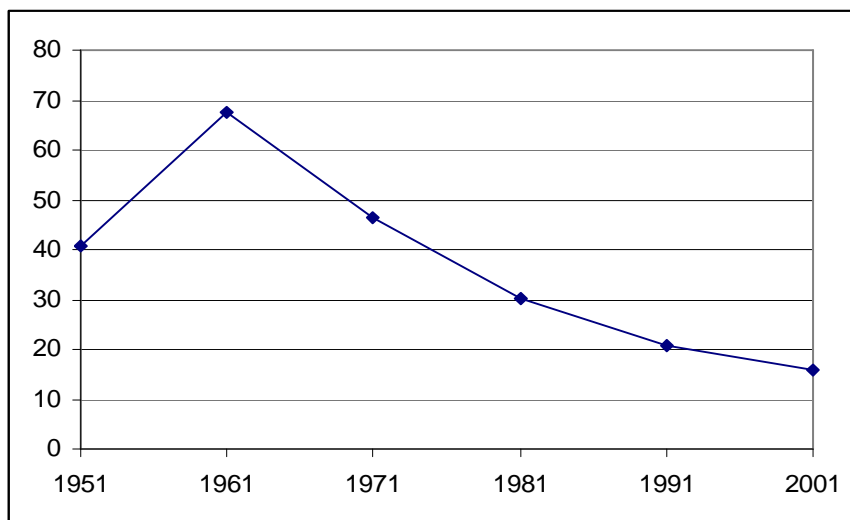
Dal 1951 al 1961 il rapporto percentuale è aumentato del 52 %, dal 1961 al 1991 esso è diminuito del 71 %, nei dieci anni successivi c'è stato un aumento del 355,3 %. Negli ultimi cinquanta anni, come numero di addetti, solo nel 1961 e nel 2001 il commercio al dettaglio ha occupato più di metà di tutto il terziario.

Tabella 1.15 Numero di unità locali del commercio al dettaglio, numero di addetti al commercio al dettaglio, numero di unità locali del terziario, numero di addetti al terziario, terziario, percentuale del numero di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, percentuale del numero di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, per la provincia di Treviso, ogni 10 anni dal 1951 al 2001.

Anni	Unità loc. com. al dett.	% unità loc. com. al dett. sul totale di quelle al terz.	Addetti al com. al dett.	% addetti al com. al dett. sul totale di quelli al terz.	Unità loc. terz.	Addetti al terz.
1951	4422	40,8	9880	32,5	10831	30435
1961	9832	67,6	21468	59,2	14538	36288
1971	8007	46,3	17701	40,8	17301	43345
1981	10391	30,2	23778	21,8	34370	109113
1991	10471	20,6	23492	14,1	50814	166839
2001	8590	15,9	20569	35,3	54162	58294

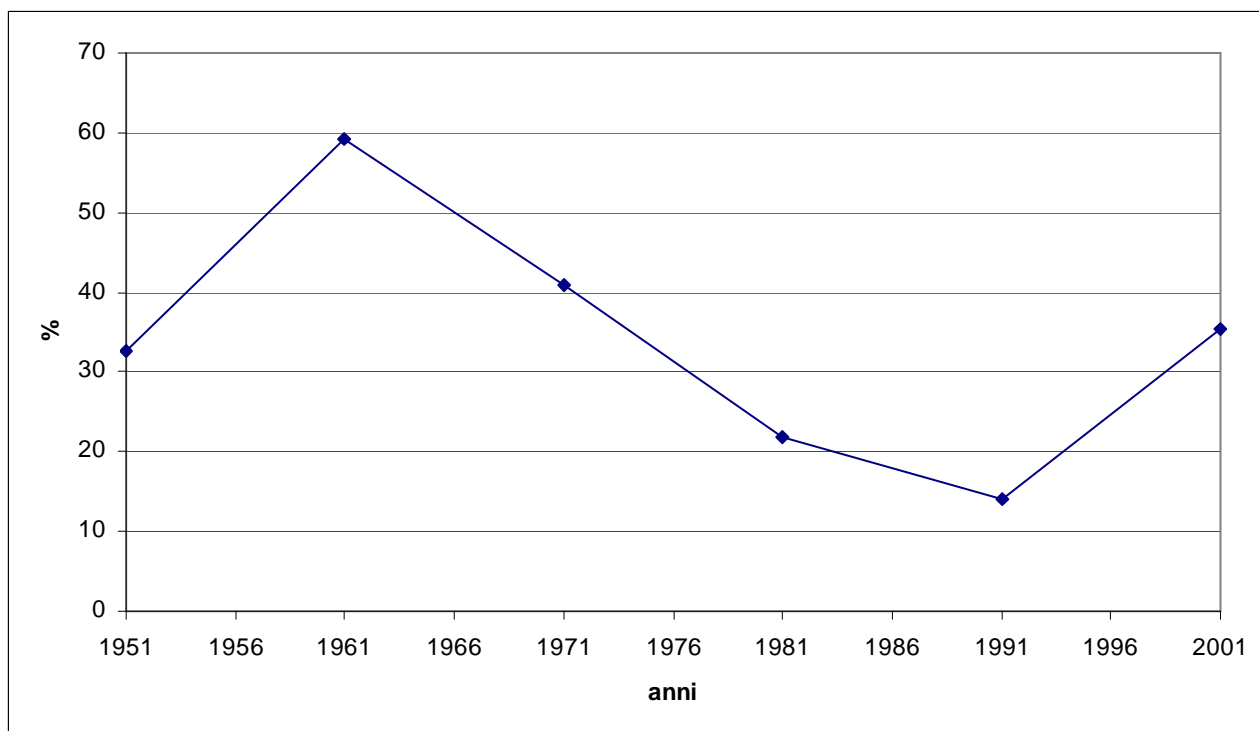
Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Grafico 1.14 *Andamento della percentuale di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Treviso.*



Dal 1951 al 1961 il rapporto percentuale è aumentato del 65,7 %, dal 1961 al 2001 c'è stata una diminuzione del 76,4 %. Nell'ultimo cinquantennio, solo nel 1961 il commercio al dettaglio ha occupato oltre la metà di tutto il terziario.

Grafico 1.15 *Andamento della percentuale di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Treviso.*



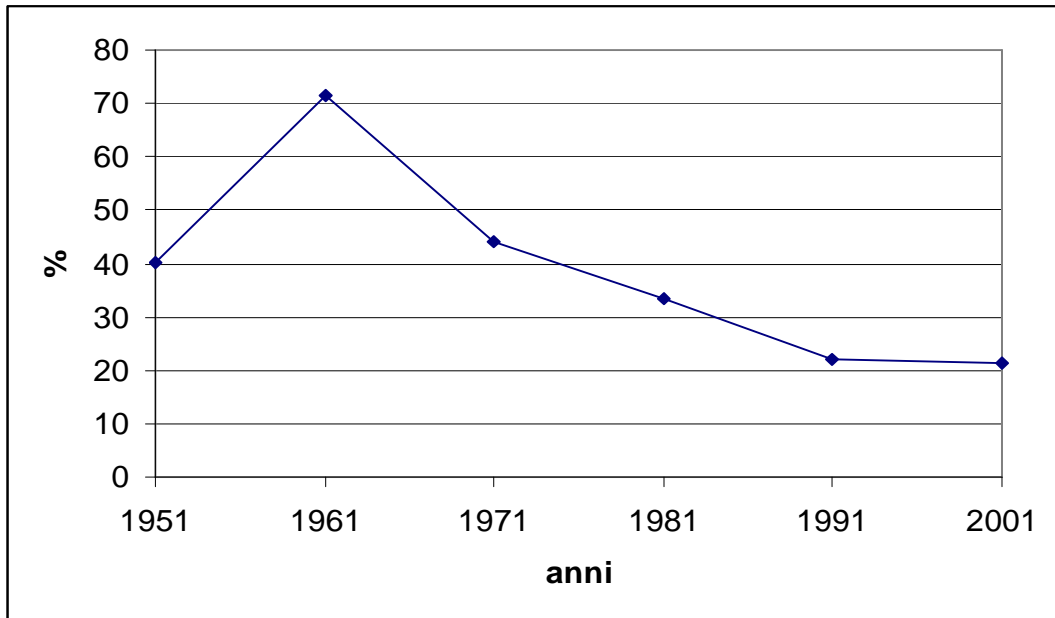
Dal 1951 al 1961 il rapporto percentuale è aumentato dell'82,2 %. Dal 1961 al 1991 c'è stata una diminuzione del 76,2 %, seguita da un aumento del 150,4 % nei dieci anni successivi. Come numero di addetti, solo nel 1961 il commercio al dettaglio ha occupato più di metà dell'intero terziario.

Tabella 1.16 Numero di unità locali del commercio al dettaglio, numero di addetti al commercio al dettaglio, numero di unità locali del terziario, numero di addetti al terziario, percentuale del numero di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, percentuale del numero di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, per la provincia di Belluno, ogni 10 anni dal 1951 al 2001.

Anni	Unità loc. com. al dett.	% unità loc. com. al dett. sul totale di quelle del terz.	Addetti al com. al dett.	% addetti al com. al dett. sul totale di quelli del terz.	Unità loc. terz.	Addetti al terz.
1951	2247	40,1	4693	31,1	5608	15093
1961	5100	71,4	1202	7,5	7139	15977
1971	3317	44,2	6778	39,4	7512	17210
1981	3945	33,3	8014	21,6	11848	37184
1991	3451	21,9	7452	14,5	15747	51220
2001	2279	21,2	6118	5,7	10736	31465

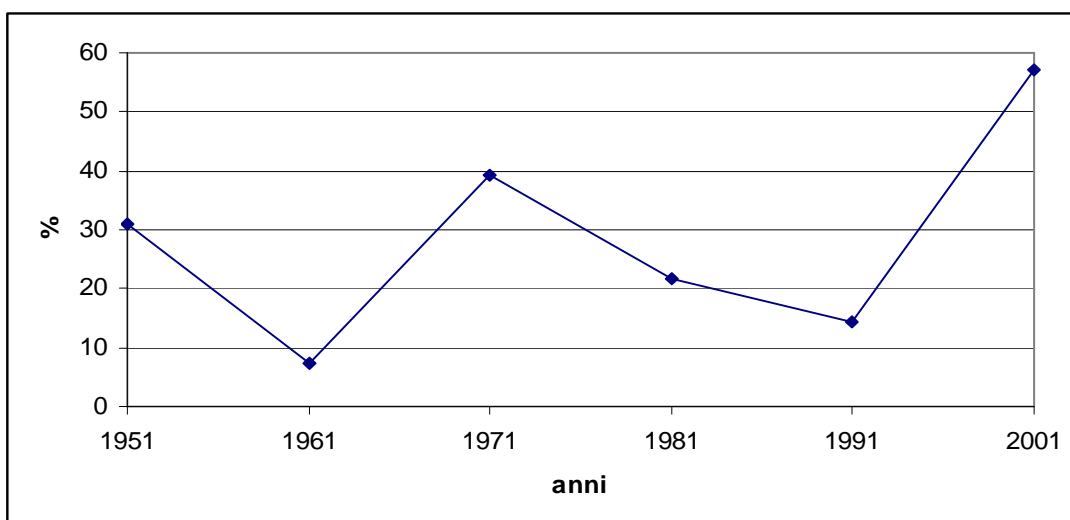
Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Grafico 1.16 Percentuale di unità locali del commercio al dettaglio sul totale di quelle del terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Belluno.



Dal 1951 al 1961 il rapporto percentuale è aumentato del 78,1 %, dal 1961 al 2001 c'è stata una diminuzione del 70,3 %. Nell'ultimo cinquantennio, solo nel 1961 il commercio al dettaglio ha occupato, come numero di unità locali, oltre la metà di tutto il terziario.

Grafico 1.17 Andamento della percentuale di addetti al commercio al dettaglio sul totale di quelli al terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Belluno.



Dal 1951 al 1961 il rapporto percentuale è diminuito del 75,9 %, mentre dal 1961 al 1971 c'è stato un aumento del 425,3 %. Dal 1971 al 1991 c'è stata una diminuzione del 63,2 %, mentre nei dieci anni successivi si è verificato un aumento del 293,1 %. Come numero di unità locali, solo nel 2001 il commercio al dettaglio ha occupato oltre la metà di tutto il terziario.

1.2.2 Il commercio al dettaglio in Italia, in Veneto e nella provincia di Padova

Il commercio al dettaglio è molto diffuso in Italia, soprattutto al Nord. Notevole è lo sviluppo di questo settore economico nel Veneto e in particolare nella provincia di Padova. In Italia, la spesa mensile per questo settore commerciale risulta piuttosto elevata, in particolar modo da parte delle famiglie più numerose. Nella tabella 1.17 (e nel corrispondente grafico 1.18) sono riportati i valori della spesa media mensile per questo settore in funzione della tipologia familiare.

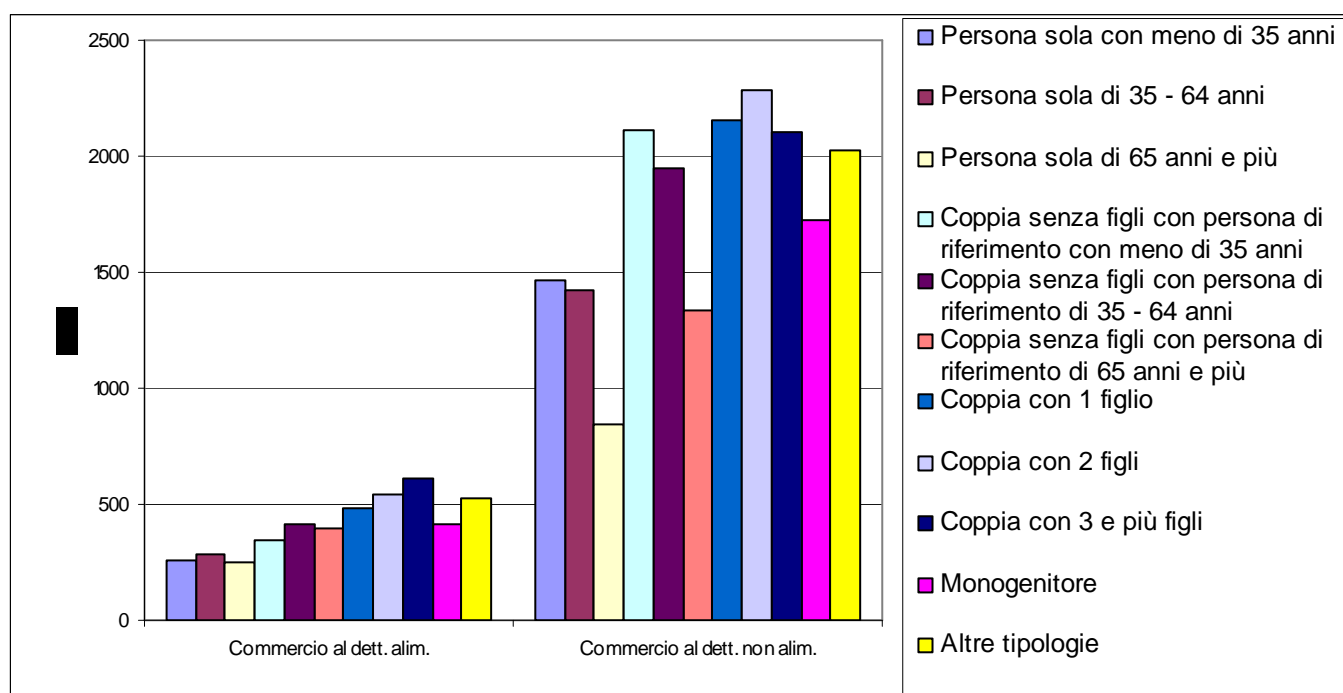
Tabella 1.17 Spesa media mensile (espressa in euro) del commercio al dettaglio, per tipologia familiare e capitolo di spesa, in Italia nell'anno 2002.

Tipologia familiare	Spesa commercio al dett. alim.	Spesa commercio al dett. non alim.
Persona sola con meno di 35 anni	257,76	1465,8
Persona sola di 35 - 64 anni	283,01	1420,4
Persona sola di 65 anni e più	246,97	848,24
Coppia senza figli con persona di riferimento con meno di 35 anni	344,04	2113,35

Coppia senza figli con persona di riferimento di 35 - 64 anni	411,36	1950,91
Coppia senza figli con persona di riferimento di 65 anni e più	400,21	1338,76
Coppia con 1 figlio	480,81	2155,67
Coppia con 2 figli	545,19	2284,9
Coppia con 3 e più figli	612,97	2104,99
Monogenitore	414,12	1726,91
Altre tipologie	529,86	2022,55

Fonte: Istat, I consumi delle famiglie, 2002.

Grafico 1.18 Spesa media mensile (espressa in euro) del commercio al dettaglio, per tipologia familiare e capitolo di spesa, in Italia nell'anno 2002.



Come si vede dal grafico 1.18, per quanto riguarda gli alimentari, la categoria che spende di più è la famiglia numerosa (con 3 o più figli), anche se le coppie con 1 o 2 figli sono poco distanti. Seguono le famiglie con un solo genitore, la coppia senza figli con persona di riferimento di età tra i 35 e i 64 anni, la coppia senza figli con persona di riferimento ultrasessantacinquenne, la coppia senza figli con persona di riferimento minore di 35 anni, le persone sole minori di 35 anni, le persone sole di età tra i 35 e i 64 anni e le persone sole ultrasessantacinquenni. C'è,

comunque, una notevole spesa alimentare da parte di categorie che non appartengono a nessuna di quelle citate.

La percentuale di spesa destinata agli alimentari è maggiore nelle coppie di anziani senza figli (22,9 %) ma una quota di spesa alimentare consistente proviene anche dalle famiglie di anziani soli e dalle coppie con 3 o più figli (22,5 %), mentre per i giovani single e per quelli in coppia le percentuali sono rispettivamente del 15 e del 14 %.

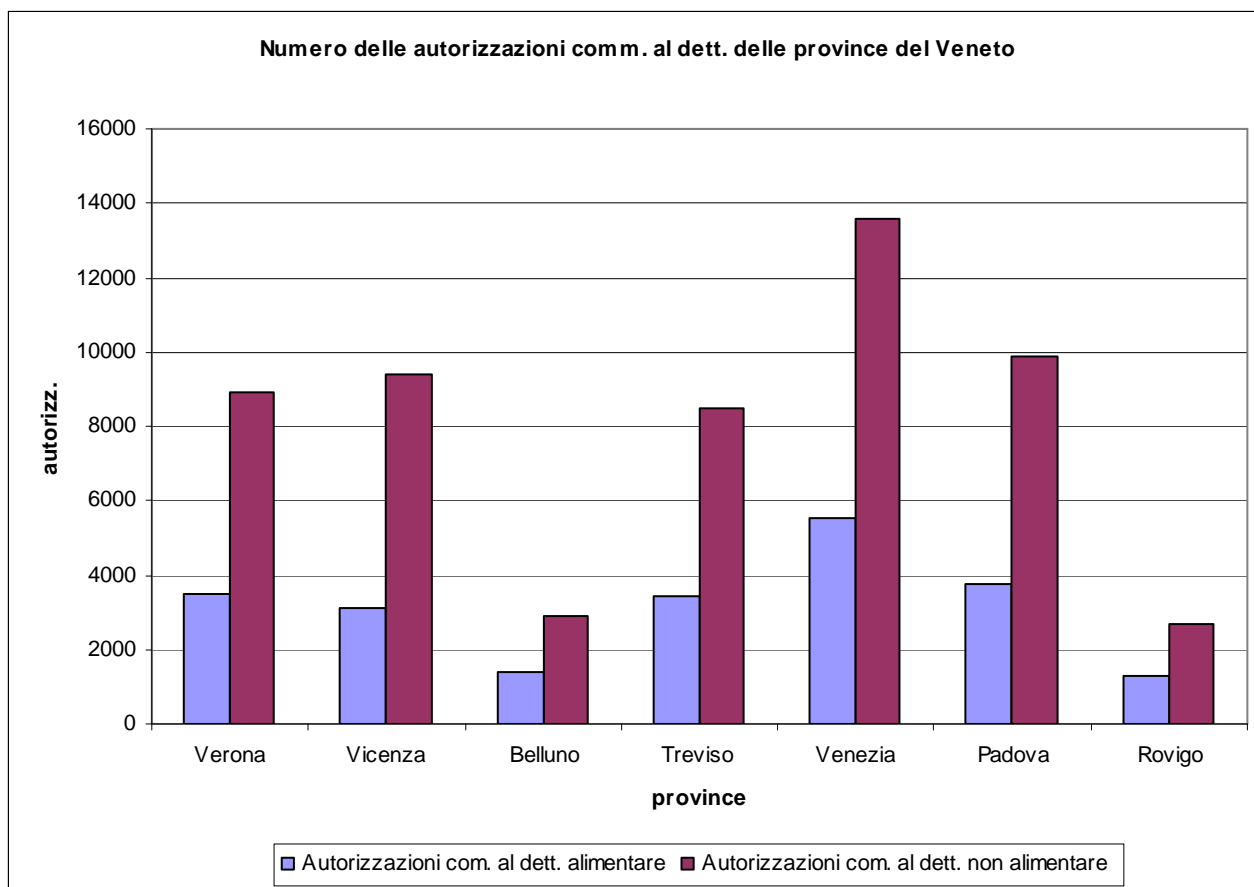
In sintesi, si può dire che la spesa delle famiglie è determinata soprattutto dalla loro tipologia e dal numero di componenti: la categoria che spende meno è quella degli anziani soli di più di 65 anni (1095,21 euro mensili), mentre le persone single con meno di 65 anni, avendo maggiori necessità, spendono circa 600 euro di più. La spesa maggiore si ha, come è naturale aspettarsi, per le coppie con figli.

Tabella 1.18 Numero di autorizzazioni, separatamente per le varie province del Veneto, del commercio al dettaglio alimentare e di quello non alimentare, eccetto tabaccherie e farmacie, nel 1994.

Province	Autorizzazioni com. al dett. alimentare	Autorizzazioni com. al dett. non alimentare
Verona	3502	8907
Vicenza	3115	9403
Belluno	1396	2923
Treviso	3459	8466
Venezia	5519	13600
Padova	3752	9871
Rovigo	1267	2664

Fonte: Istat, Statistiche del commercio interno, 1994.

Grafico 1.19 Numero di autorizzazioni, separatamente per le varie province del Veneto, del commercio alimentare e di quello non alimentare, eccetto tabaccherie e farmacie, nel 1994 (fonte: Istat, Statistiche del commercio interno, 1994).



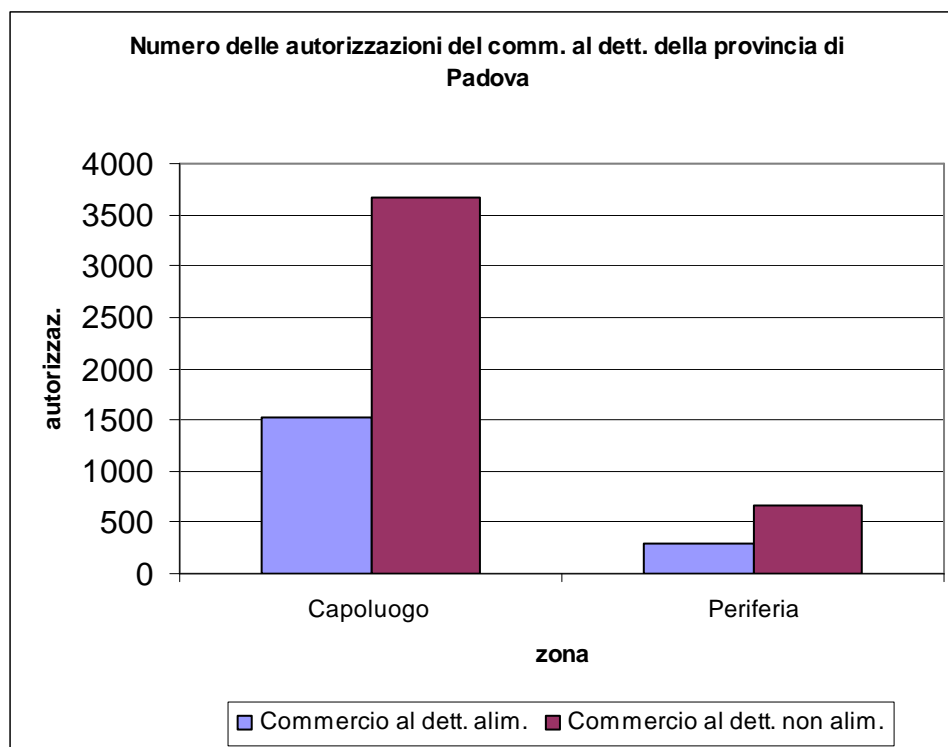
Come si può vedere, alla fine del 1994 la provincia con la maggiore diffusione di attività commerciali al dettaglio era quella di Venezia. Questo è accaduto probabilmente per il grosso afflusso di turisti da tutto il mondo che c'è sempre stato a Venezia. In tutte le province le autorizzazioni sono maggiori per il commercio al dettaglio non alimentare rispetto a quello alimentare (nel Veronese il 154,3 % in più, nel Vicentino il 201,9 % in più, nel Bellunese il 109,4 % in più, nel Trevigiano il 144,8 % in più, nel Veneziano il 146,4 % in più, nel Padovano il 163,1 % in più, nella provincia di Rovigo il 110,3 % in più). Per quanto riguarda il commercio al dettaglio alimentare, al primo posto c'è la provincia di Venezia, seguita, rispettivamente, da quelle di Padova, Verona, Treviso, Vicenza, Belluno e Rovigo.

Tabella 1.19 Numero di autorizzazioni del commercio al dettaglio alimentare e di quello non alimentare, eccetto tabaccherie e farmacie, separatamente per il comune di Padova e per il resto della sua provincia, nel 1994.

Zona	Commercio al dett. alim.	Commercio al dett. non alim.
Capoluogo	1513	3659
Periferia	301	664

Fonte: Istat, Statistiche del commercio interno, 1994.

Grafico 1.20 Numero di autorizzazioni del commercio al dettaglio alimentare e di quello non alimentare, eccetto tabaccherie e farmacie, separatamente per il comune di Padova e per il resto della sua provincia, nel 1994.



Alla fine del 1994, il numero di autorizzazioni commerciali era maggiore nella periferia rispetto al capoluogo (il 163,1 % in più) e questo si può spiegare con il fatto che nella periferia la popolazione era più numerosa rispetto al capoluogo. Le autorizzazioni del commercio al dettaglio non alimentare sono maggiori di quelle del commercio alimentare (nel capoluogo erano il 141,8 % in più, nella periferia il 120,6 % in più).

Per quanto riguarda il primo settore commerciale, le autorizzazioni del capoluogo erano il 451,1 % in più di quelle della periferia; nel secondo settore, le autorizzazioni del capoluogo erano il 402,7 % in più di quelle della periferia.

Tabella 1.20 Rapporto tra la popolazione residente e le autorizzazioni del commercio al dettaglio, per ripartizione geografica, nel 1994.

Ripartizione geografica	Rapporto tra la pop. res. e le autorizz. com. al dett.
-------------------------	--

Nord	395
Centro	216
Sud	349
Isole	132

Fonte: Istat, Statistiche del commercio interno, 1994.

Grafico 1.21 Rapporto tra la popolazione residente e le autorizzazioni del commercio al dettaglio, per ripartizione geografica, nel 1994.



La zona d'Italia dove, alla fine del 1994, i punti vendita al dettaglio servivano più persone è il Settentrione (36,2 % del totale). Seguono il Sud (32 % del totale), il Centro (19,8 %) e le Isole (12 %).

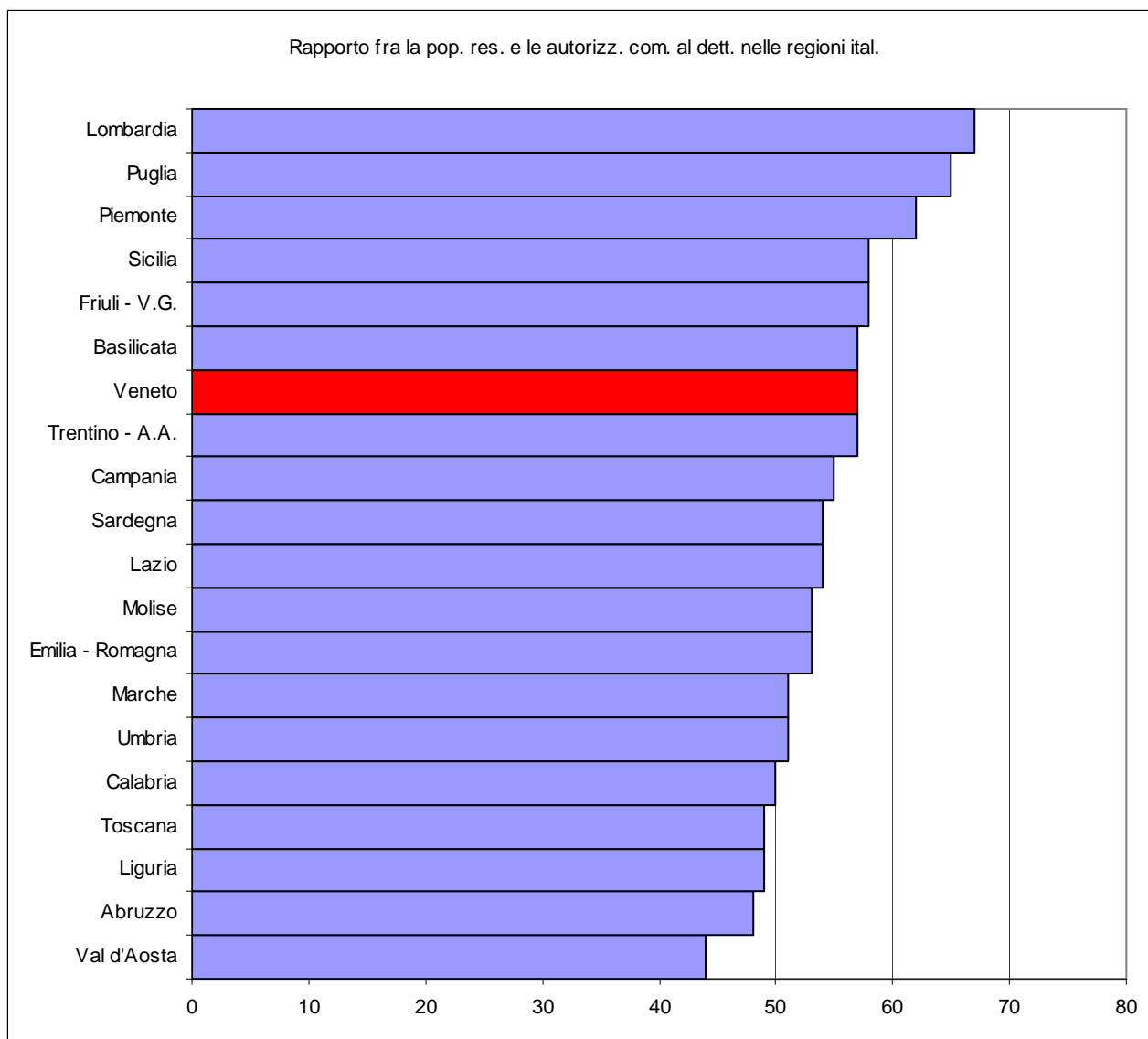
Tabella 1.22 Rapporto tra la popolazione residente e le autorizzazioni del commercio al dettaglio, per regione italiana, nel 1994.

Regione	Rapporto tra la pop. res. e le autorizz. com. al dett.
Val d'Aosta	44
Abruzzo	48
Liguria	49
Toscana	49
Calabria	50
Umbria	51
Marche	51

Emilia - Romagna	53
Molise	53
Lazio	54
Sardegna	54
Campania	55
Trentino - A.A.	57
Veneto	57
Basilicata	57
Friuli - V.G.	58
Sicilia	58
Piemonte	62
Puglia	65
Lombardia	67

Fonte: Istat, Statistiche del commercio interno, 1994.

Grafico 1.22 *Rapporto tra la popolazione residente e le autorizzazioni del commercio al dettaglio, per regione italiana, nel 1994.*



La regione italiana dove, nel 1994, i punti vendita al dettaglio servivano più persone è la Lombardia. Seguono Puglia, Piemonte, Sicilia e Friuli – Venezia Giulia (a pari merito), Basilicata a pari merito con Veneto e Trentino – Alto Adige, Campania, Sardegna e Lazio (a pari merito), Molise ed Emilia – Romagna (a pari merito), Marche ed Umbria (a pari merito), Calabria, Toscana e Liguria (a pari merito), Abruzzo, Val d’Aosta.

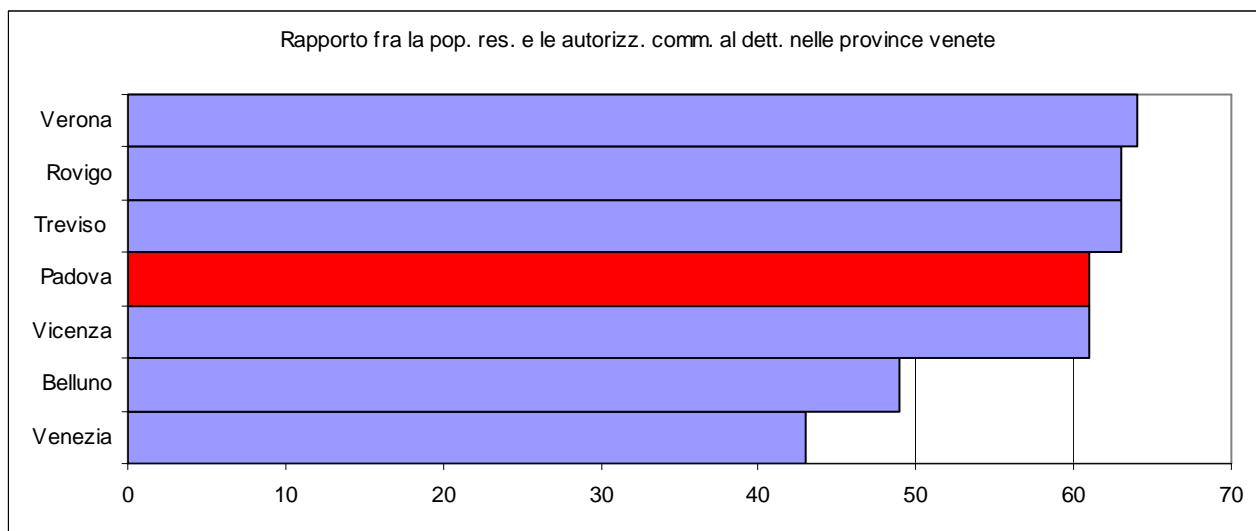
Tabella 1.23 *Rapporto tra la popolazione residente e le autorizzazioni del commercio al dettaglio, per le province venete, nel 1994.*

Provincia	Rapporto tra la pop. res. e le autorizz. com. al dett.
-----------	--

Venezia	43
Belluno	49
Vicenza	61
Padova	61
Treviso	63
Rovigo	63
Verona	64

Fonte: Istat, Statistiche del commercio interno, 1994.

Grafico 1.23 Rapporto tra la popolazione residente e le autorizzazioni del commercio al dettaglio, per le province venete, al 31 dicembre 1994



Come si vede, nel 1994 la provincia del Veneto nella quale i punti vendita al dettaglio servivano più persone è quella di Verona. Seguono rispettivamente le province di Rovigo e Treviso (a pari merito), quelle di Padova e Vicenza (a pari merito), la provincia di Belluno e ultima è Venezia.

1.3 Commercio all'ingrosso: definizione e classificazione Istat

Esercita il commercio all'ingrosso chi acquista merci e le rivende:

- 1) ad altri commercianti (cioè ad altri grossisti, dettaglianti, esercenti pubblici);
- 2) a utilizzatori professionali (cioè a industrie, aziende artigiane, ecc.);

3) a utilizzatori in grande (cioè a collegi, enti pubblici o privati, ospedali, ecc:)²

1.3.1 Il ruolo del commercio all'ingrosso nel terziario

In Italia il commercio all'ingrosso ha occupato, nell'ultimo cinquantennio, una fetta del terziario sicuramente molto inferiore rispetto a quella occupata dal commercio al dettaglio. Nel Veneto, comunque, considerando la percentuale di unità locali del commercio all'ingrosso su quelle del terziario, si sono registrati negli ultimi decenni livelli superiori alla media nazionale.

Tabella 1.24 Numero di unità locali del commercio all'ingrosso, dal 1951 al 2001, in Italia.

Anni	Unità loc. comm. All'ingr.
1951	76143
1961	80507
1971	92502
1981	129379
1991	149866
1996	196804
2001	179183

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Dal 1951 al 1996 c'è stato un continuo aumento del numero delle aziende che si occupano di commercio all'ingrosso, particolarmente significativo nel periodo compreso tra il 1991 ed il 1996. Nei cinque anni successivi c'è stato un calo.

Tabella 1.25 Percentuale del numero di unità locali del commercio all'ingrosso su quelle del terziario, dal 1951 al 2001, in Italia.

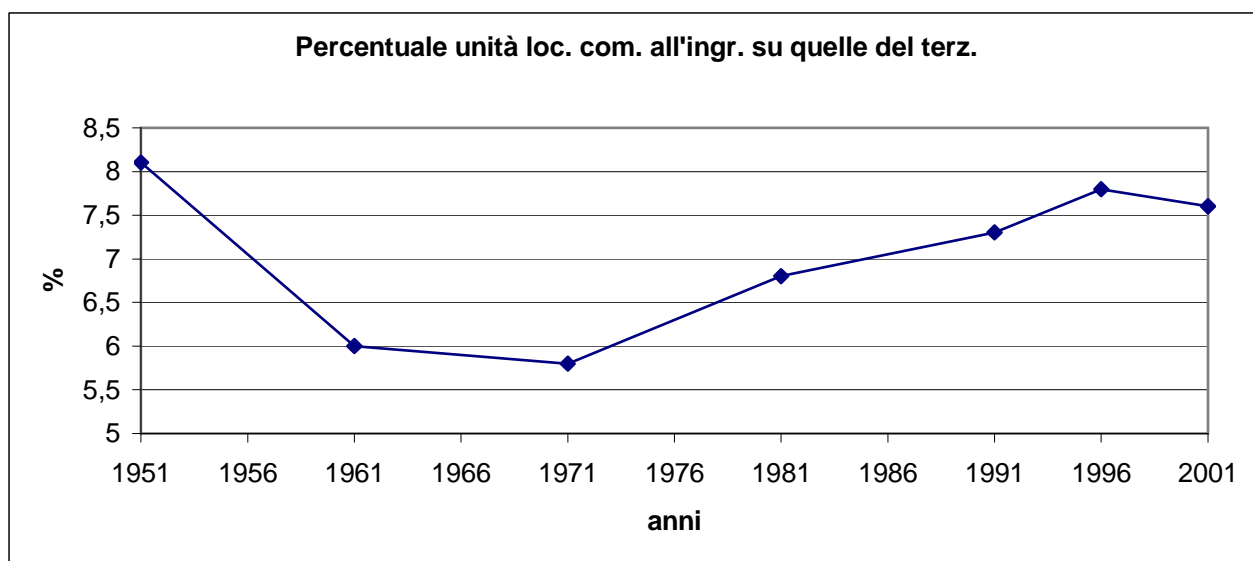
Anno	% unità loc. com. all'ingr. su quelle del terz.
1951	8,1
1961	6,0
1971	5,8
1981	6,8

² Tratto dal sito "www.artigianinet.com"

1991	7,3
1996	7,8
2001	7,6

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Grafico 1.24 Andamento della percentuale del numero di unità locali del commercio all'ingrosso sul terziario, dal 1951 al 2001, in Italia.



Dal 1951 al 1971 c'è stato un calo del 28,4 %. Poi, c'è stato un aumento del 34,5 % dal 1971 al 1996. Segue un leggero calo (2,6 %) nei cinque anni successivi. Dal 1951 al 1971 ci sono stati una diminuzione (28,4 %) della percentuale di unità locali del commercio all'ingrosso sul terziario ed un aumento (21,8 %) del numero di unità locali del commercio all'ingrosso. Questo è accaduto perché nel ventennio le unità locali del terziario sono aumentate (+ 68,7 %) più di quelle del commercio all'ingrosso (+ 21,8 %), come si vede dalla prossima tabella.

Tabella 1.26 Numero di unità locali del terziario, dal 1951 al 2001, in Italia.

Anni	Unità loc. terz.
1951	940041
1961	1341780
1971	1594862
1981	1902637

1991	2052954
1996	2523127
2001	2357673

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Tabella 1.27 Numero degli addetti del commercio all'ingrosso, dal 1951 al 2001, in Italia

Anni	Addetti
1951	819042
1961	1039560
1971	1332598
1981	1963546
1991	2870525
1996	2898372
2001	2897451

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

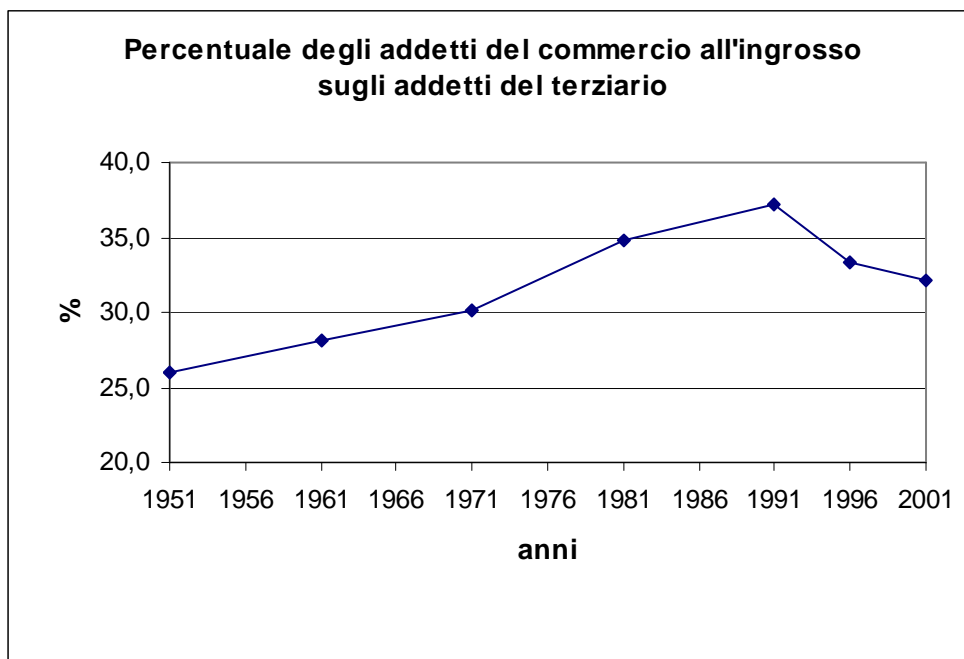
Dal 1951 al 1996 c'è stato un continuo aumento del numero degli addetti al terziario, particolarmente vistoso nel periodo tra il 1981 ed il 1991. Dal 1996 al 2001 la situazione è pressoché stabile.

Tabella 1.28 Percentuale degli addetti al commercio all'ingrosso sul totale degli addetti al terziario, dal 1951 al 2001, in Italia

Anni	% addetti com. all'ingr. su quelli del terz.
1951	26,0
1961	28,1
1971	30,2
1981	34,8
1991	37,2
1996	33,3
2001	32,1

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Grafico 1.25 Andamento della percentuale del numero degli addetti del commercio all'ingrosso sul terziario, dal 1951 al 2001, in Italia.



Dal 1951 al 1991 c'è stato un aumento del 43,1 % di questo rapporto percentuale. Segue una diminuzione del 13,7 % nei dieci anni successivi. Dal 1996 al 2001 c'è stata una diminuzione del 3,6 % della percentuale degli addetti del commercio all'ingrosso sul terziario. Nello stesso quinquennio c'è stato anche un aumento del 3,7 % del numero degli addetti del commercio all'ingrosso. Questo è accaduto perché, in tale periodo di tempo, gli addetti del terziario sono aumentati del 11 %, cioè più di quelli del commercio all'ingrosso, come si vede dalla prossima tabella.

Tabella 1.29 Numero di addetti del terziario, dal 1951 al 2001, in Italia.

Anni	Addetti terz.
1951	3150161
1961	3699503
1971	4412577
1981	5642373
1991	7716465
1996	8703821
2001	9026328

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Tabella 1.30 Numero di unità locali del commercio all'ingrosso, dal 1951 al 2001, nel Veneto

Anni	Unità loc. comm. All'ingr.
1951	69305
1961	6424
1971	6993
1981	12700
1991	14872
1996	17724
2001	17382

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

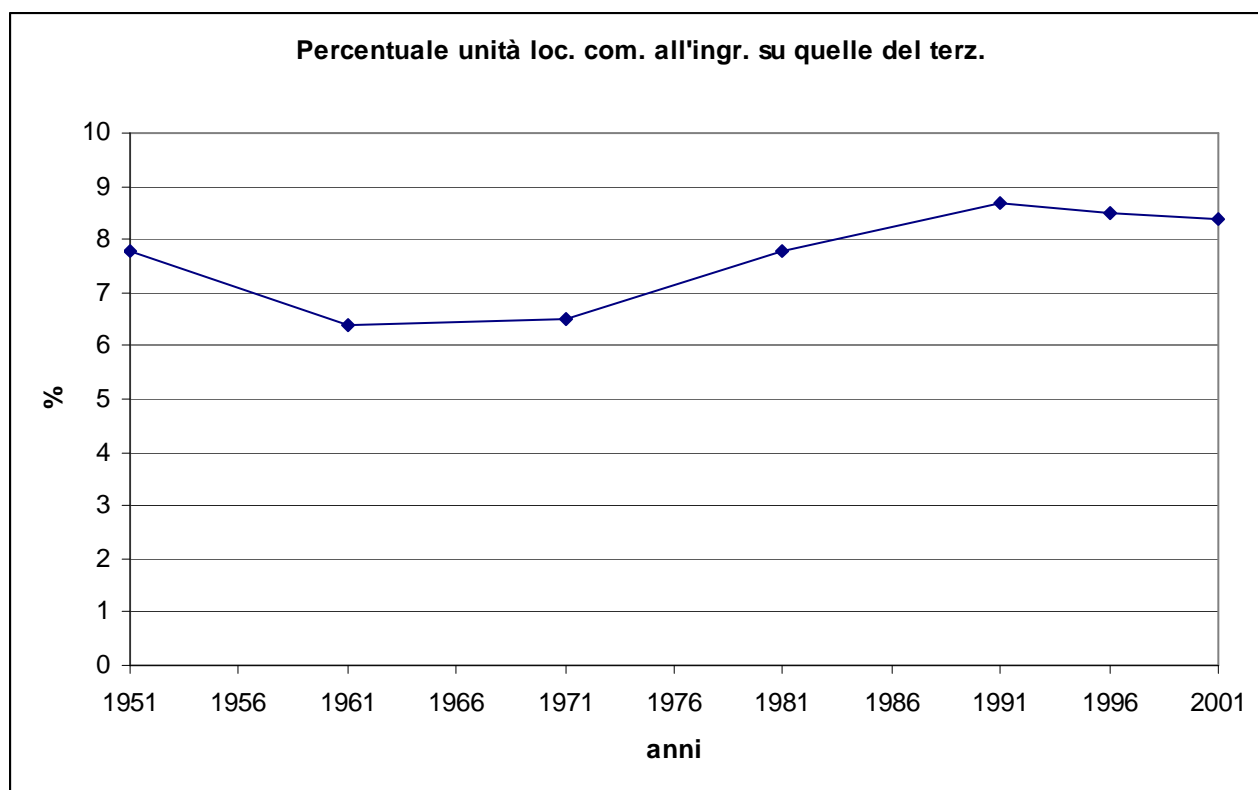
Dal 1951 al 1961 c'è stato un fortissimo calo del numero di aziende operanti nel commercio all'ingrosso, dal 1961 al 1996 c'è stato un continuo aumento ed, infine, nel quinquennio successivo la situazione è rimasta pressoché stabile.

Tabella 1.31 Percentuale del numero di unità locali del commercio all'ingrosso su quelle del terziario, dal 1951 al 2001, nel Veneto.

Anni	% unità loc. com. all'ingr. su quelle del terz.
1951	7,8
1961	6,4
1971	6,5
1981	7,8
1991	8,7
1996	8,5
2001	8,4

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Grafico 1.26 *Andamento della percentuale delle unità locali del commercio all'ingrosso sul terziario, dal 1951 al 2001, nel Veneto*



C'è stata una diminuzione del 17,9 % dal 1951 al 1961. Dal 1971 al 1991 c'è stato un aumento del 33,8 %. Nei dieci anni successivi c'è stato un calo leggero (3,4 %). Dal 1951 al 1961 ci sono stati un calo del 17,9 % della percentuale di unità locali del commercio all'ingrosso sul terziario ed un aumento del 17,4 % del numero di addetti del commercio all'ingrosso. Tutto ciò è avvenuto perché, in questo decennio, le unità locali del terziario sono diminuite in maniera minore di quelle del commercio all'ingrosso, come si vede dalla prossima tabella.

Tabella 1.32 *Numero di unità locali del terziario, dal 1951 al 2001, nel Veneto.*

Anni	Unità locali terz.
1951	888527
1961	100372
1971	120583
1981	162815
1991	170945
1996	208526
2001	206938

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Tabella 1.33 Numero di addetti al commercio all'ingrosso, dal 1951 al 2001, nel Veneto

Anni	Addetti
1951	18727
1961	30536
1971	42057
1981	62038
1991	70438
1996	71955
2001	76515

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

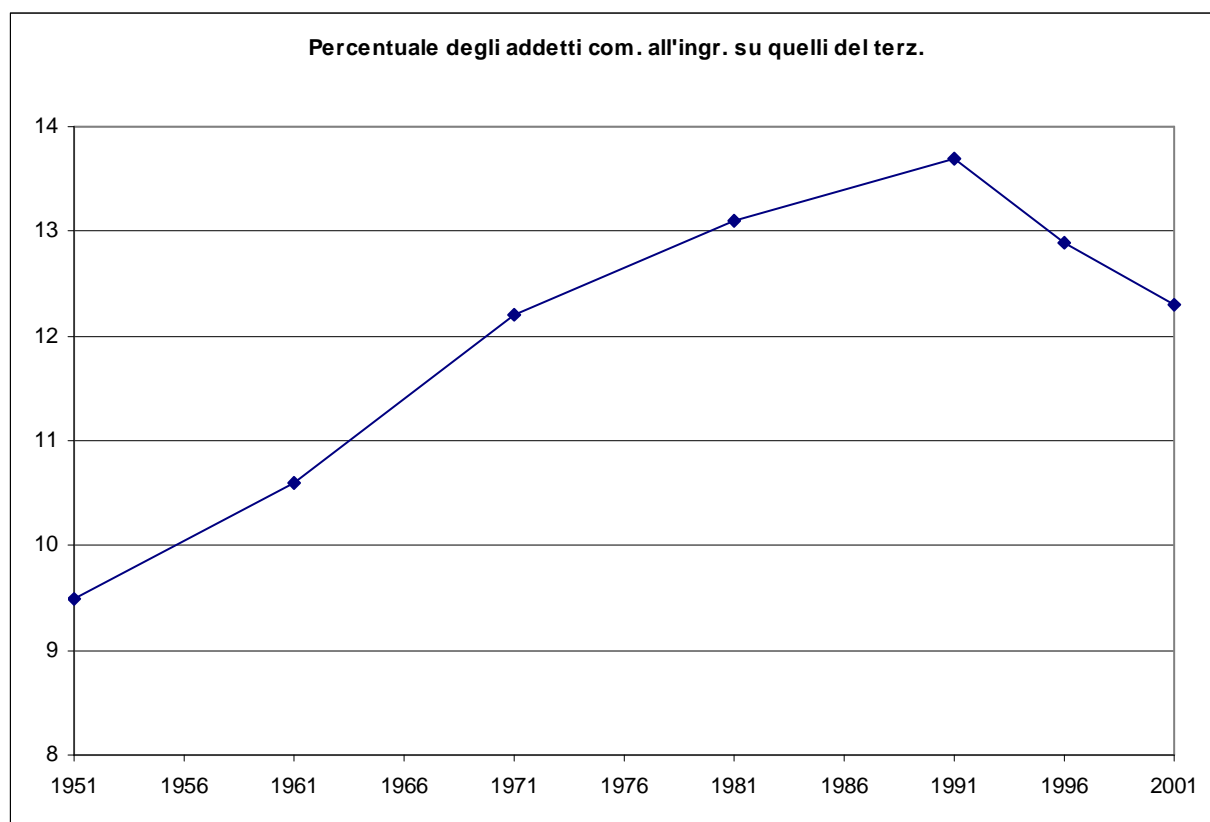
Dal 1951 al 1991 c'è stato un continuo aumento del numero degli addetti al commercio all'ingrosso. Dal 1991 al 1996 la situazione è rimasta pressoché stabile, mentre nel quinquennio successivo c'è stato un aumento.

Tabella 1.34 Percentuale del numero di addetti al commercio all'ingrosso su quelli del terziario, dal 1951 al 2001, nel Veneto.

Anni	% addetti com. all'ingr. su quelli del terz.
1951	9,5
1961	10,6
1971	12,2
1981	13,1
1991	13,7
1996	12,9
2001	12,3

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Grafico 1.27 *Andamento della percentuale di addetti del commercio all'ingrosso su quelli del terziario, dal 1951 al 2001, nel Veneto.*



Dal 1951 al 1991 il rapporto percentuale è aumentato del 44,2 %. Nei dieci anni successivi c'è stata una piccola diminuzione del 2,9 %. Dal 1991 al 2001 ci sono stati una diminuzione (- 10,2 %) della percentuale degli addetti del commercio all'ingrosso sul terziario ed un aumento (+ 8,6 %) del numero degli addetti del commercio all'ingrosso. Tutto questo è avvenuto perché, nel decennio, il numero degli addetti del terziario è aumentato del 21 %, cioè più di quelli del commercio all'ingrosso, come si può vedere dalla prossima tabella.

Tabella 1.35 *Andamento del numero di addetti al terziario, dal 1991 al 2001, nel Veneto.*

Anni	Addetti
1951	197129
1961	288079
1971	344733
1981	473570
1991	514148

1996	557792
2001	622074

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Tabella 1.36 Numero di unità locali del commercio all'ingrosso, dal 1951 al 2001, nella provincia di Padova

Anni	Unità loc. comm. All'ingr.
1951	1099
1961	1391
1971	1910
1981	3091
1991	3482
1996	3881
2001	4234

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Nei cinquanta anni presi in considerazione c'è stato un continuo aumento del numero di aziende operanti nel commercio all'ingrosso; tale aumento è stato particolarmente vistoso nel periodo tra il 1971 ed il 1981.

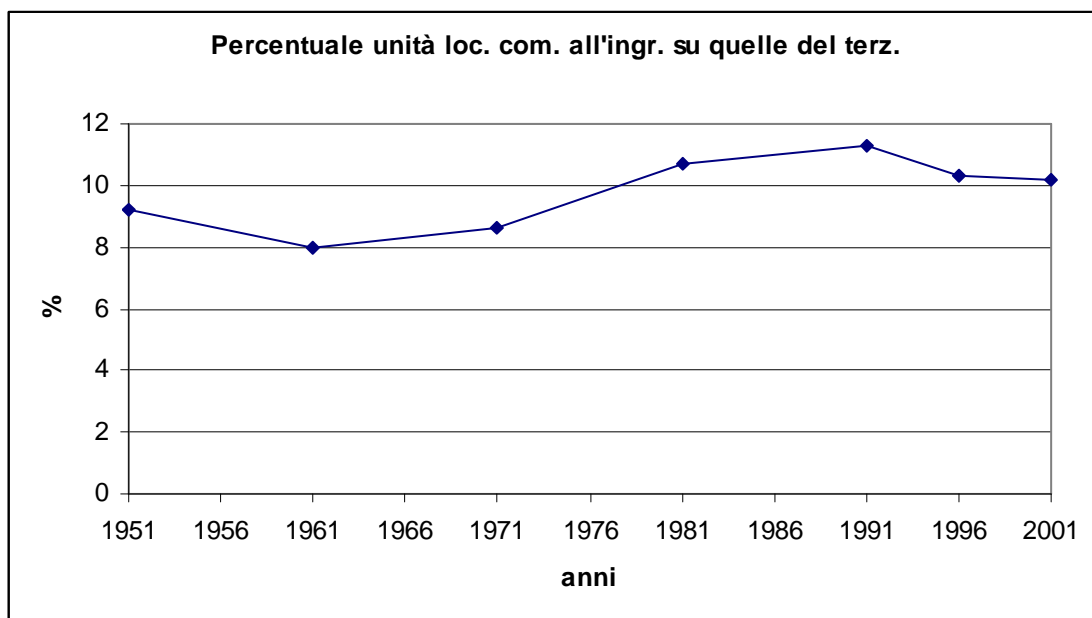
Tabella 1.37 Percentuale delle unità locali del commercio all'ingrosso su quelle del terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Padova.

Anni	% unità loc. com. all'ingr. su quelle del terz.
1951	9,2
1961	8
1971	8,6
1981	10,7
1991	11,3
1996	10,3
2001	10,2

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Il grafico 1.28 visualizza meglio l'andamento di questo rapporto percentuale.

Grafico 1.28 *Andamento della percentuale delle unità locali del commercio all'ingrosso su quelle del terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Padova.*



Dal 1951 al 1961 c'è stato un calo di questo rapporto percentuale del 13 %, dal 1961 al 1991 un aumento del 41,2 %. Infine, nei dieci anni successivi c'è stato un calo del 9,7 %. Dal 1991 al 2001 ci sono stati un calo del 9,7 % della percentuale delle unità locali del commercio all'ingrosso sul terziario ed un aumento del 21 % delle unità locali del commercio all'ingrosso. Questo è accaduto perché, nel decennio considerato, le unità locali del terziario sono aumentate del 34,7 %, cioè più di quelle del commercio all'ingrosso (cfr. tab. 1.38).

Tabella 1.38 *Numero di unità locali del terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Padova.*

Anni	Unità loc. terz.
1951	11941
1961	17392
1971	22207
1981	29162
1991	30811
1996	37680
2001	41507

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Tabella 1.39 *Numero di addetti al commercio all'ingrosso, dal 1951 al 2001, nella provincia di Padova*

Anni	Addetti
1951	4147
1961	8096
1971	12218
1981	17799
1991	18379
1996	18852
2001	18917

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Dal 1951 al 1991 c'è stato un continuo aumento del numero degli addetti al commercio all'ingrosso, mentre nei dieci anni successivi la situazione è rimasta pressoché stabile.

Tabella 1.40 *Percentuale degli addetti al commercio all'ingrosso sul terziario, dal 1951 al 2001, nella provincia di Padova.*

Anni	% addetti com. all'ingr. sul terz.
1951	12
1961	15
1971	17,7
1981	19,1
1991	17,4
1996	16,2
2001	15,1

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

Dal 1951 al 1981 c'è stato un aumento del 59,2 %. Nei venti anni successivi, c'è stata una discesa del 20,9 %. In quest'ultimo periodo gli addetti del commercio all'ingrosso sono aumentati del 6,2 %. Tutto questo è accaduto perché, in tale periodo di tempo, gli addetti del

terziario sono aumentati del 34,4 %, cioè più di quelli del commercio all'ingrosso (cfr. tab. 1.41).

Tabella 1.41 *Numero di addetti del terziario, dal 1981 al 2001, nella provincia di Padova.*

Anni	Addetti terz.
1951	34555
1961	53971
1971	69031
1981	93186
1991	105625
1996	116370
2001	125278

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi dal 1951 al 2001.

1.3.2 Il commercio all'ingrosso in Italia, in Veneto e nella provincia di Padova.

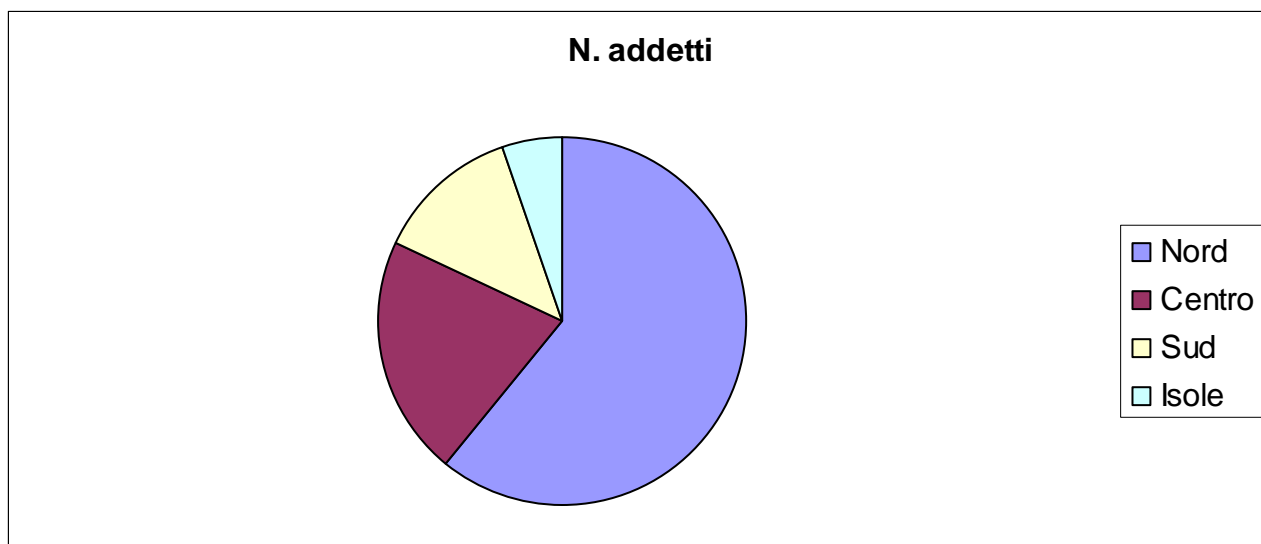
Il commercio all'ingrosso è diffuso soprattutto nel Nord – Est. In particolare, la provincia di Padova, come numero di addetti del commercio all'ingrosso, è al primo posto nel Nord-Est.

Tabella 1.42 *Numero di addetti al commercio all'ingrosso, separatamente per le zone d'Italia, nel 2001.*

Zona d'Italia	N. addetti
Nord	590669
Centro	204192
Sud	124113
Isole	50660

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi, 2001.

Grafico 1.29 *Numero di addetti al commercio all'ingrosso, separatamente per le zone d'Italia, nel 2001*



Oltre la metà degli addetti al commercio all'ingrosso (esattamente il 60,9 % del totale degli addetti italiani) è occupata nel Settentrione. Seguono il Centro (21,1 %), il Sud (12,8 %) e le Isole (5,2 %).

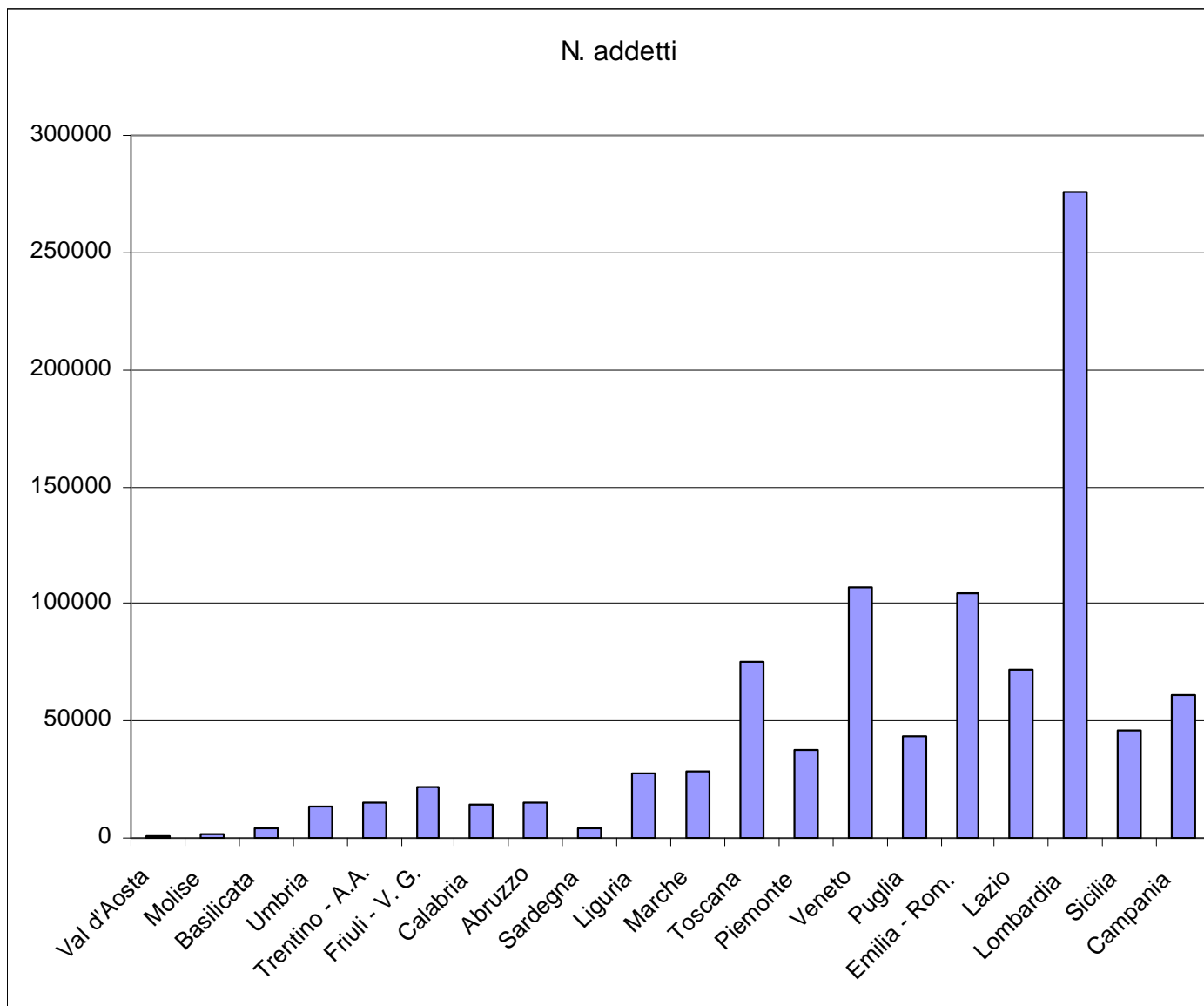
Tabella 1.43 Numero di addetti del commercio all'ingrosso, separatamente per le varie regioni d'Italia, nel 2001

Regione	N. addetti
Val d'Aosta	1065
Molise	2049
Basilicata	3955
Umbria	13137
Trentino - A.A.	15066
Friuli - V. G.	21399
Calabria	14140
Abruzzo	15192
Sardegna	4578
Liguria	27480
Marche	28697
Toscana	75584
Piemonte	37668
Veneto	107036
Puglia	43233
Emilia - Rom.	104844

Lazio	71582
Lombardia	276071
Sicilia	46082
Campania	60736

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi, 2001.

Grafico 1.30 Numero di addetti al commercio all'ingrosso, separatamente per le varie regioni d'Italia, nel 2001.



Come si vede, la regione che nel 2001 ha avuto più addetti al commercio all'ingrosso è stata la Lombardia. Segue, molto distanziato, il Veneto, quasi a pari merito con l'Emilia-Romagna che è terza. Seguono, secondo l'ordine decrescente del numero degli addetti, la Toscana, il Lazio, la

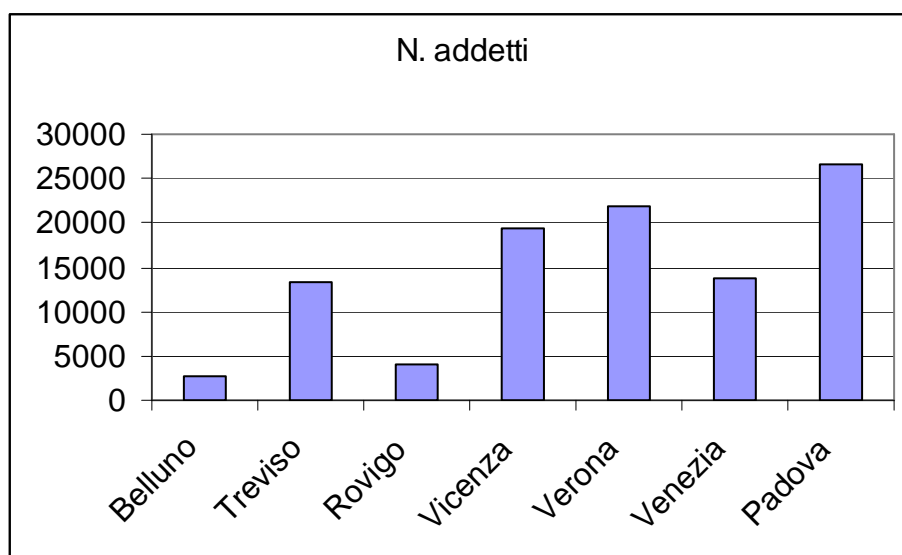
Campania, la Sicilia, la Puglia, il Piemonte, le Marche, la Liguria, il Friuli-Venezia Giulia, l'Abruzzo, il Trentino-Alto Adige, la Calabria, l'Umbria, la Sardegna, la Basilicata, il Molise e la Val d'Aosta. Tenuto conto che, essendo 20 le regioni italiane, il contributo medio fornito da ogni regione all'Italia è del 5 %, il Veneto è ad un livello superiore alla media (11 %).

Tabella 1.44 Numero di addetti del commercio all'ingrosso, separatamente per le varie province venete, nel 2001.

Provincia	N. addetti
Belluno	2758
Treviso	13380
Rovigo	4006
Vicenza	19504
Verona	21945
Venezia	13837
Padova	26606

Fonte: Istat, Censimento dell'industria e dei servizi, 2001.

Grafico 1.31 Numero di addetti del commercio all'ingrosso, separatamente per le varie province venete, nel 2001.



La provincia veneta che nel 2001 aveva il maggior numero di addetti al commercio all'ingrosso è Padova. Seguono, in ordine decrescente, le province di Verona, Vicenza, Venezia, Treviso, Rovigo e Belluno. La provincia di Padova, come numero di addetti, ha fornito al Veneto un

contributo del 26,1 %. Tenendo conto che la media provinciale è del 14,3 %, Padova, Vicenza e Verona sono sopra la media; Rovigo, Treviso e Belluno hanno invece presentato valori inferiori alla media.

1.4 Obiettivi dell'indagine sulle imprese commerciali

Gli obiettivi che l'Ascom di Padova intende perseguire con questa ricerca sono molteplici:

- 1) studiare la situazione occupazionale attuale del settore del commercio;
- 2) prevedere le dinamiche occupazionali del breve – medio periodo, individuando eventuali carenze di professionalità;
- 3) rilevare le competenze necessarie ai lavoratori, sia nel presente sia nel futuro;
- 4) rilevare la struttura e l'organizzazione delle imprese;
- 5) rilevare gli obiettivi aziendali futuri dei titolari delle imprese;
- 6) raccogliere considerazioni dei datori di lavoro sulla formazione dei giovani;
- 7) indagare la conoscenza, da parte dei datori di lavoro, della recente riforma universitaria e l'eventuale loro opinione su di essa

2.1 L'indagine

Vista la vastità e la complessità del settore del commercio, che rende impossibile il suo studio in un unico momento, l'Ascom e l'Ente Bilaterale hanno deciso di suddividere la ricerca in vari settori di indagine, rendendo così la ricerca più completa ed esauriente. In particolare, il commercio è stato suddiviso in tre aree di indagine: commercio al dettaglio, commercio all'ingrosso e grande

distribuzione, escludendo gli intermediari del commercio perché già sottoposti in passato ad un "focus group", i cui risultati sono presentati nel paragrafo 2.1.1.

Questa suddivisione è stata fatta perché le abilità e le professionalità degli operatori dei tre settori sono diverse. Infatti, il commerciante al dettaglio vende direttamente al cliente, il commerciante all'ingrosso vende a sua volta al commerciante al dettaglio; infine, la grande distribuzione organizzata (supermercati, ipermercati, ecc.), comprendendo al suo interno diverse aree merceologiche, richiede professionalità aggiuntive ai due settori appena visti. Nello scegliere questa suddivisione, è stato tenuto parzialmente conto della classificazione ATECO delle attività economiche: nella classificazione ATECO, infatti, il commercio è stato suddiviso in dettaglio, ingrosso e commercio e riparazione di autoveicoli e di motocicli.

Nella progettazione di un'indagine statistica, occorre specificare sia gli obiettivi che si intendono raggiungere sia la modalità di raccolta dei dati. Nel nostro caso, la modalità di raccolta dei dati è influenzata dalla diversa struttura delle imprese studiate e dagli obiettivi che ci si prefigge per le varie aree.

Sono stati effettuati due "focus group", un certo numero di interviste faccia a faccia ed una quantità più consistente di interviste telefoniche. I "focus group" sono stati organizzati

rispettivamente per i commercianti all'ingrosso ed i commercianti al dettaglio. Le altre tipologie di intervista sono state utilizzate per tutte e tre le categorie. Nei "focus group" e nelle interviste faccia a faccia si sono raccolte informazioni qualitative su struttura ed organizzazione delle aziende e sulle figure professionali richieste; le informazioni quantitative sul numero di addetti impiegati nei diversi settori economici e sui fabbisogni occupazionali sono state raccolte nelle interviste telefoniche, poiché esse sono più semplici e veloci e permettono di avere una maggiore capillarità di analisi sul territorio.

2.1.1 Gli intermediari del commercio

L'intermediario del commercio è una figura professionale di cui, talvolta, si avvale il commerciante e che propone e conclude la vendita di prodotti e servizi. Può essere sia un lavoratore dipendente sia un lavoratore autonomo e può avere con l'azienda per la quale lavora diversi tipi di contratto. Inoltre, può lavorare come ditta individuale, società, libero professionista o istituire un'Agenzia di rappresentanza con la presenza di dipendenti e collaboratori.

Gli intermediari del commercio si dividono in due categorie:

- 1) agenti di commercio, i quali promuovono le vendite in una determinata zona;
- 2) rappresentanti di commercio, che concludono le vendite in una determinata zona

L'agente/rappresentante fissa gli appuntamenti con la clientela della sua zona utilizzando il telefono fisso, il telefono cellulare ed il fax. Deve cercare di minimizzare il tempo e le spese di trasporto per raggiungere i vari clienti. Al cliente deve spiegare dettagliatamente le caratteristiche del prodotto per stimolarne l'acquisto. Dopo che il cliente ha accettato l'acquisto, le parti discutono le modalità di pagamento, il tipo di trasporto ed eventuali sconti e viene steso l'ordine. A seconda del contratto tra l'intermediario e l'azienda venditrice, l'importo dovuto dal cliente può essere riscosso o meno dall'intermediario stesso. Successivamente, l'ordine viene trasmesso via posta, fax o per via informatica all'azienda venditrice che poi consegna la merce al cliente. C'è, poi, una fase di post-vendita, nella quale l'intermediario offre consulenza al cliente nel caso egli incontrasse dei problemi nell'utilizzo della merce; in particolare, se la ditta mandante è d'accordo, nel caso la merce sia in garanzia provvede al suo rientro in azienda ed alla sua sostituzione o apre una procedura di non conformità. Nella sua attività, l'agente/rappresentante non ha vincoli di orario.

In questa professione, è importante la conoscenza del mercato di riferimento per deviare eventuali preferenze del cliente verso altre ditte. L'intermediario deve conoscere benissimo Internet e i motori di ricerca perché sono strumenti indispensabili per lo studio del settore. Deve anche avere una buona capacità relazionale perché è sempre in rapporto con gli altri.

Per svolgere la professione di intermediario del commercio occorre essere iscritti al Ruolo degli Agenti e Rappresentanti di Commercio. Nel caso l'intermediario rappresenti una società, deve possedere almeno uno dei seguenti requisiti:

- 1) avere frequentato con esito positivo un apposito corso istituito o riconosciuto dalle Regioni;
- 2) avere lavorato, per almeno due anni entro i primi cinque dalla data di presentazione della domanda di lavoro, alle dipendenze di un'impresa come lavoratore piazzista, ovvero come lavoratore subordinato diretto dal datore di lavoro sul quale ricade il rischio economico e giuridico, oppure come addetto al settore vendite;
- 3) possedere un diploma di scuola secondaria di secondo grado di indirizzo commerciale o una laurea in ambito commerciale o giuridico

2.2 Popolazione e campione

Una popolazione può essere suddivisa in sottopopolazioni o "strati", per vari motivi:

- 1) evidenziare unità significative nella ricerca;
- 2) separare popolazioni con caratteristiche particolari;
- 3) individuare unità che si vogliono osservare con tecniche particolari;
- 4) individuare sottopopolazioni il più possibile omogenee rispetto alle variabili esaminate

Prima di una stratificazione si devono stabilire le variabili di stratificazione e il numero di strati, tenendo presente che ogni unità statistica deve appartenere a un solo strato. In particolare, bisogna tenere presente che le variabili di stratificazione devono essere correlate con le variabili studiate e che la qualità dei risultati dell'indagine aumenta col numero degli strati fino ad un certo punto, dal quale il miglioramento diventa modesto.

Il campionamento stratificato consiste nella selezione, attraverso un procedimento casuale, di alcune unità da ogni strato, secondo una probabilità uguale a quella della popolazione (campione stratificato proporzionale) o differente ad essa in almeno uno strato (campione a probabilità variabili). Nel caso di un campione a probabilità variabili, nell'analizzare i risultati bisogna tenere conto della differente probabilità di inclusione delle unità nel campione, utilizzando per ognuna di queste unità dei pesi che sono il reciproco di tali probabilità. Dopo la stratificazione, si possono ordinare le unità degli strati secondo il valore che esse assumono sulle variabili esaminate creando così dei "sottostrati" dai quali estrarre il campione, i cui elementi saranno più o meno equidistanti fra loro rispetto alle variabili stesse. Questo procedimento, denominato stratificazione implicita, permette di regolare meglio il campionamento. Una modalità con cui è possibile attuare la stratificazione implicita è il cosiddetto metodo "a serpentina": nel primo strato le unità sono ordinate in senso crescente, nel secondo in senso decrescente e così via invertendo ogni volta l'ordinamento.

Nel nostro caso si è deciso di formare tre campioni, rispettivamente per i grossisti, i dettaglianti e la grande distribuzione, proprio con la tecnica del campionamento stratificato e con il metodo "a serpentina". La popolazione di riferimento, dalla quale è stato estratto il campione, è costituita dalle unità dell'Anagrafe dell'Ascom Padova, un registro in cui sono segnati i dati di tutte le imprese iscritte all'associazione. Naturalmente l'elenco a disposizione non può essere considerato esaustivo per l'intera categoria del commercio padovano dal momento che l'iscrizione all'Associazione è volontaria e non obbligatoria come quella al Registro Imprese.

Si sono quindi confrontate le numerosità delle aziende e unità locali dei soci Ascom con quelle rilevate nel "Censimento dell'Industria e dei Servizi" promosso dall'Istat nel 2001. La rappresentatività dell'Associazione a livello locale si è considerata buona ed è quindi stato possibile utilizzare gli elenchi interni per definire la popolazione di riferimento. Le imprese presenti nell'Anagrafe dell'Ascom Padova sono state suddivise sulla base della classificazione ATECO e del numero degli addetti.

Tabella 2.1 Percentuali delle imprese iscritte all'Archivio Ascom 2005, separatamente per categoria ATECO, di ogni classe di addetti sul totale.

Attività economica	Percentuale imprese con classe di addetti					
	1-2	3-9	10-19	20-49	50+	Totale

Ateco G	Commercio all'ingrosso e al dettaglio; riparaz. di autov., motocicli e beni personali e per la casa	58,2	32,7	5,7	2,7	0,7	100
Ateco G50	Commercio, manutenzione e riparazione di autoveicoli e motocicli; vendita al dettaglio di carburanti per l'autotrazione	37,9	39,5	15,1	6,7	0,8	100
Ateco G51	Commercio all'ingrosso e intermediari del commercio, autoveicoli e motocicli esclusi	39,8	39,4	11,6	6,9	2,3	100
Ateco G52	Commercio al dettaglio (escluso quello di autoveicoli e di motocicli); riparazione di beni personali, per la casa	66,1	29,7	2,9	1,1	0,2	100
Grande distribuzione	Grande distribuzione	66	30	3,3	1,7	0	100

Fonte: Archivio Ascom 2005.

Tabella 2.2 Percentuali delle imprese della categoria ATECO G50 iscritte all'Archivio Ascom, separatamente per attività economica, di ogni classe di addetti sul totale.

Attività economica		Percentuale imprese con classe di addetti					Totale
		1-2	3-9	10-19	20-49	50+	
Ateco G	Commercio di autoveicoli	14,8	33,3	29,6	18,5	3,8	100

50.1							
Ateco G 50.2	Manutenzione e riparazione di autoveicoli	60	40	0	0	0	100
Ateco G 50.3	Commercio di parti e accessori di autoveicoli	21,9	46,9	25	6,2	0	100
Ateco G 50.4	Commercio, manutenzione e riparazione di motocicli, accessori e pezzi di ricambio	50	40	0	10	0	100
Ateco G 50.5	Vendita al dettaglio di carburanti per l'autotrazione	61,2	34,7	4,1	0	0	100

Fonte: Archivio Ascom 2005.

Tabella 2.3 Percentuali delle imprese della categoria ATECO G51 iscritte all'Archivio Ascom, separatamente per attività economica, di ogni classe di addetti sul totale.

Attività economica		Percentuale imprese con classe di addetti					Totale
		1-2	3-9	10-19	20-49	50+	
ATECO G 51.2	Commercio all'ingrosso di materie prime agricole e di animali vivi	66,7	33,3	0	0	0	100
ATECO G 51.3	Commercio all'ingrosso di prodotti alimentari, bevande e tabacco	49,2	33,8	9,2	7,8	0	100
ATECO G 51.4	Commercio all'ingrosso di altri beni di consumo finale	33	44,6	10,7	7,1	4,6	100
ATECO G 51.5	Commercio all'ingrosso di prodotti intermedi non agricoli, di rottami e cascame	34,4	43,7	15,6	6,3	0	100
ATECO G 51.6	Commercio all'ingrosso di macchinari e attrezzature	50	0	50	0	0	100
ATECO G 51.7	Commercio all'ingrosso di altri prodotti	12,5	75	12,5	0	0	100

Fonte: Archivio Ascom 2005.

Tabella 2.4 Percentuali delle imprese della categoria ATECO G52 (esclusa la grande distribuzione) iscritte all'Archivio Ascom, separatamente per categoria economica, di ogni classe di addetti sul totale.

Attività economica		1-2	3-9	10-19	20-49	50+	Totale
ATECO G 52.2	Commercio al dettaglio in esercizi specializzati di prodotti alimentari, bevande e tabacco	58,7	38	3,3	0	0	100
ATECO G 52.3	Commercio al dettaglio di prodotti farmaceutici, medicali, di cosmetici e di articoli di profumeria	72	28	0	0	0	100
ATECO G 52.4	Commercio al dettaglio in esercizi specializzati di altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano)	69,4	25,9	2,8	1,5	0,4	100
ATECO G 52.5	Commercio al dettaglio di articoli di seconda mano	nessuna unità	nessuna unità	nessuna unità	nessuna unità	nessuna unità	nessuna unità
ATECO G 52.6	Commercio al dettaglio al di fuori dei negozi	100	0	0	0	0	100
ATECO G 52.7	Riparazione di beni di consumo personali e per la casa	nessuna unità	nessuna unità	nessuna unità	nessuna unità	nessuna unità	nessuna unità

Fonte: Archivio Ascom 2005.

Per la categoria 1-2 addetti è stato deciso di organizzare due “focus group”, uno per i commercianti all’ingrosso ed uno per i dettaglianti, escludendo la classe ATECO G50 e la grande distribuzione. È stata compiuta questa scelta perché si è pensato che, trattandosi di aziende con una organizzazione abbastanza semplice, si fosse potuto fare una serie di domande ad un gruppo di persone.

Per le categorie 3-9 addetti e 10-19 addetti, è stato tenuto solo un campione delle unità che è stato intervistato telefonicamente.

Nel dettaglio, si è proceduto come segue:

- 1) per la categoria ATECO G51 sono state tenute tutte le unità, le altre sono state suddivise sulla base dell'appartenenza o meno al comune di Padova;
- 2) tra le unità del comune, quelle della categoria ATECO G50 sono state ordinate nel senso decrescente del numero degli addetti, quelle della categoria ATECO G52.1 in senso crescente e le altre della categoria ATECO G52 in senso decrescente;
- 3) per ciascuna unità è stata calcolata la frequenza cumulata del numero degli addetti, cioè la somma del numero degli addetti di questa unità con la somma di quelli delle unità precedenti;
- 4) la frequenza calcolata nell'ultima unità, che è la somma del numero degli addetti di tutte le unità, è stata divisa per il numero di unità che si è desiderato selezionare, ottenendo così il passo di campionamento;
- 5) alla prima unità sono stati assegnati dei valori compresi tra 1 e la frequenza cumulata dell'unità in questione, alle successive dei valori compresi tra la frequenza cumulata dell'unità precedente sommata ad 1 e quella dell'unità in questione;
- 6) è stato estratto un numero casuale compreso tra 1 e il numero degli addetti della prima unità;
- 7) tale numero è stato sommato per il passo di campionamento, il risultato è stato sommato ancora per il passo di campionamento, e la procedura è continuata finché si è ottenuto un valore che non superasse il numero totale degli addetti;
- 8) sono state selezionate le unità a cui è stato assegnato un numero di quelli ottenuti ai punti 7 e 8;

9) tra le unità non appartenenti al comune di Padova, quelle della categoria G50 sono state ordinate in senso decrescente e quelle della categoria G52 in senso decrescente;

10) si ripete il procedimento dei punti dal 3 al 9

2.3 I questionari

2.3.1 Questionario per interviste faccia a faccia

Nelle interviste faccia a faccia sono state formulate domande a risposta aperta sulla struttura delle aziende e sono state richieste informazioni quantitative sulla situazione occupazionale attuale e prevista in futuro. Il questionario è stato suddiviso in diverse sezioni, ora si descrivono nel dettaglio le informazioni richieste sezione per sezione.

1) SEZIONE A – L'IMPRESA

Indirizzo, numero telefonico, ragione sociale, forma giuridica, anno di inizio attività, esistenza di accordi di collaborazione con altre imprese, attività principale, numero di filiali in Italia ed in Veneto.

2) SEZIONE B – IL RISPONDENTE

Sesso, età, titolo di studio, ruolo ricoperto nell'azienda, attività svolta.

3) SEZIONE C – IL SITO INTERNET

Esistenza di un sito internet dell'impresa e scopi per cui è utilizzato.

4) SEZIONE D – CERTIFICAZIONE

Esistenza o meno di certificazione dell'azienda ed eventuale motivo per cui è stata fatta.

5) SEZIONE E – CLIENTELA, OBIETTIVI E RISULTATI

Tipo di clientela, motivi per cui i clienti si rivolgono all'azienda, andamento dell'azienda nell'ultimo anno ed obiettivi per il futuro.

6) SEZIONE F – IL PERSONALE

Numero di addetti, tipi di contratto, impiego o meno di stagisti o tirocinanti, impiego o meno di familiari, descrizione delle figure professionali (titolo di studio, caratteristiche e competenze richieste e possedute).

7) SEZIONE G – VARIAZIONI DI PERSONALE NELL'ULTIMO ANNO

Differenza fra il numero degli addetti attuale e quello di un anno prima, figure professionali a cui è stato eventualmente destinato il nuovo personale suddivise fra i neolaureati e gli altri soggetti, valutazione della preparazione dei neolaureati.

8) SEZIONE H – PREVISIONI

Intenzione o meno di assumere nei due anni successivi all'intervista. Nel caso di nuove assunzioni, figure professionali a cui sarà destinato il nuovo personale, richiesta o meno di un diploma universitario o di scuola superiore. Nell'altro caso, motivi per cui non si assume nuovo personale.

9) MODULO O2 – COMPETENZE RICHIESTE AL NUOVO PERSONALE

Questa sezione riguarda solo le aziende che pensano di assumere personale nei due anni successivi all'intervista. Periodo in cui partiranno le selezioni del nuovo personale, attività che dovrà svolgere, competenze richieste, eventuale ulteriore formazione a cui verrà sottoposto ed argomenti della stessa.

10) SEZIONE I – CONOSCENZA DELLA RIFORMA UNIVERSITARIA

Conoscenza o meno da parte dell'intervistato del nuovo sistema universitario, eventuali colloqui di lavoro avuti con giovani usciti da questo sistema. Nel caso l'intervistato avesse avuto una buona conoscenza dell'argomento, gli è stata chiesta anche una sua opinione. Gli è stato chiesta anche la sua conoscenza o meno del *Diploma Supplement*, che è un documento previsto dall'Unione Europea ed integrativa al "curriculum vitae", contenente dati anagrafici, titolo di studio, livello del titolo, curriculum e voti, funzioni del titolo, certificazione relativi al personale da assumere. Relativamente a questo documento, è stato chiesto alle aziende se volessero altre informazioni oltre a quelle in esso contenute.

11) SEZIONE L – CRITERI DI SELEZIONE DEI LAUREATI

Si è chiesta all'intervistato una classifica delle qualità che devono possedere i neolaureati da assumere. In particolare, è stata una particolare tecnica, denominata "metodo torneo": l'intervistato deve scegliere, tra due qualità, quella che preferisce, poi si accoppiano le risposte "vincenti" e si ripete iterativamente lo stesso meccanismo, arrivando ad avere la graduatoria finale.

12) SEZIONE M – CONCLUSIONE

Ringraziamento per la disponibilità, richiesta di eventuali suggerimenti per una migliore comunicabilità tra datori di lavoro, università ed associazioni di categoria.

2.3.2 Questionario per interviste telefoniche

È stato preparato facendo una sintesi di quello precedente, in modo da rendere l'intervista più veloce e snella (è durata circa 10-15 minuti) e così più adatta ad un contatto telefonico. Anche in questo caso il questionario è stato diviso in diverse sezioni, che si analizzano ora nel dettaglio.

1) SEZIONE A – CONTATTO CON IL RISPONDENTE

Spiegazione dell'indagine ed informazioni generali sull'intervistato.

2) SEZIONE B – L'IMPRESA

Forma giuridica, anno di inizio attività, numero di unità locali, certificazione.

3) SEZIONE C – SITO INTERNET

Esistenza o meno di sito internet ed indirizzo.

4) SEZIONE D – CLIENTELA, OBIETTIVI E RISULTATI

Tipo di clientela prevalente, raggiungimento o meno degli obiettivi prefissati nell'anno appena passato, obiettivi per il prossimo futuro.

5) SEZIONE E – PERSONALE

Numero di addetti, tipo di contratti, descrizione delle figure professionali.

6) SEZIONE F – VARIAZIONI DI PERSONALE NELL'ULTIMO ANNO

Differenza fra il numero di addetti attuale e quello di un anno prima, numero di assunzioni con in titolo universitario o di scuola media superiore.

7) SEZIONE G – PREVISIONI

Previsioni di assunzioni o licenziamenti nei prossimi due anni e motivazioni; nel caso di nuove assunzioni, competenze e figure professionali richieste.

8) SEZIONE H – CONCLUSIONE

Grado di conoscenza del nuovo ordinamento universitario ed opinione su di esso.

2.3.3 Questionario per *focus group*

Il “focus group” è una riunione nella quale viene somministrato un questionario ad un gruppo di persone che sono anche libere di consultarsi tra di loro.

1) SEZIONE A – IL RISPONDENTE

Nome e cognome, genere, età, numeri di telefono, sito internet, titolo di studio, frequentazione di corsi di formazione extrascolastici, anni di esercizio dell’attività di commerciante all’ingrosso, anni di esercizio dell’attività di commerciante in generale.

2) SEZIONE B – L’IMPRESA

Anno di inizio dell’attività dell’impresa, iscrizione ad associazioni di categoria

3) SEZIONE C – ATTIVITA, CLIENTELA

Mezzi per far conoscere l’attività dell’azienda al cliente, corrispondenza tra obiettivi e risultati nell’anno precedente all’intervista

4) SEZIONE D – PERSONALE

Presenza in azienda di familiari del rispondente e loro ruolo, contratti di assunzione del personale

5) SEZIONE E – PREVISIONI

Previsione di future assunzioni, numero di addetti e figure professionali che saranno assunti

6) SEZIONE F – FORMAZIONE

Desiderio di corsi di formazione da parte di Ascom Padova, argomenti degli eventuali corsi

7) NUOVO ORDINAMENTO UNIVERSITARIO

Conoscenza del nuovo ordinamento universitario, opinione su di esso, aspetti dei neolaureati che l'università dovrebbe documentare oltre al titolo di studio e al voto di laurea, consigli su come l'università può far conoscere agli imprenditori le nuove lauree

8) SEZIONE H – CONCLUSIONE

Consigli su cosa l'Ascom Padova deve fare per migliorare il suo rapporto con le imprese

2.4 La qualità dei dati

Poiché le aziende da intervistare non avevano tutte la stessa probabilità di essere estratte nel campione, è stato necessario, per poter fare delle analisi obiettive, moltiplicare i risultati delle interviste con dei pesi che fossero, per ogni azienda, il reciproco della probabilità di estrazione dell'azienda stessa.

2.5 Le basi di dati create

Per ogni domanda delle interviste telefoniche, è stata creata, mediante il programma Microsoft Access, una tabella (indicata dal codice della domanda) contenente, in una colonna, dei codici contrassegnanti le aziende ed in un'altra colonna un numero che indica il tipo di risposta. Qui sotto è riportata la tabella relativa alla domanda B1; nella prima colonna ci sono i codici identificativi delle aziende e nella terza colonna i codici identificativi delle risposte.

3.1 La situazione per il commercio all'ingrosso

In questo paragrafo vengono raggruppate le aziende che si occupano solo del commercio all'ingrosso e quelle che si occupano sia del commercio al dettaglio sia del commercio all'ingrosso. Dalla ricerca è emerso che le aziende intervistate hanno in gran parte più di 25 anni di attività sulle spalle, per cui sono oltre la prima generazione. Le imprese hanno avuto nell'ultimo periodo un andamento quasi sempre non migliore rispetto alle aspettative e prevedono che tale tendenza perduri anche per i prossimi due anni. Sono molto caute nel fare investimenti. Sono molto poche le aziende che hanno assunto lavoratori nell'ultimo anno, mentre molte di più hanno diminuito il personale. Comunque la maggior parte delle aziende non ha avuto variazione di personale.

Tabella 3.1 *Percentuali delle aziende del commercio all'ingrosso presenti nel comune di Padova sulla base dei prodotti venduti, sul totale delle aziende del commercio all'ingrosso presenti in questo territorio*

Prodotti	%
auto e ricambi	13,9
alimentari	5,6
tessili e abbigliamento	27,8
articoli sportivi	0
colori e vernici	0

erboristeria	0
fiorerie	0
casalinghi e giocattoli	0
ferro, metalli e affini	5,6
medicinali e prodotti chimico- farmaceutici	5,6
carta e cancelleria	2,8
commercio e distribuzione bevande	2,8
ortofrutta	13,9
libreria	0
mobili e arredamento	0
motocicli ed accessori	0
pane o pasticceria	2,8
radio, tv e materiale elettrico	19,2
totale	100

I settori merceologici del commercio all'ingrosso più rappresentati sono, nell'ordine, tessili e abbigliamento, radio, tv e materiale elettrico, auto e ricambi, ortofrutta. Tutti gli altri settori sono molto meno rappresentati.

Tabella 3.2 *Percentuali delle aziende del commercio all'ingrosso presenti nella provincia di Padova (escluso il capoluogo) sulla base della loro tipologia, sul totale delle aziende del commercio all'ingrosso presenti nello stesso territorio*

Tipologia	%
auto e ricambi	4,9
alimentari	6,1
tessili e abbigliamento	12,2
articoli sportivi	1,2
colori e vernici	6,1
erboristeria	1,2
fiorerie	1,2
casalinghi e giocattoli	3,6
ferro, metalli e affini	17,1
medicinali e prodotti chimico- farmaceutici	4,9
carta e cancelleria	2,4
commercio e distribuzione bevande	6,1
ortofrutta	3,7
librai	2,4
mobili e arredamento	9,8
motocicli ed accessori	2,4
pane o pasticceria	9,8
radio, tv e materiale elettrico	4,9
totale	100

Nella provincia vi sono molti più settori merceologici rappresentati rispetto al comune di Padova ed anche la distribuzione risulta molto diversa. In particolare, i settori merceologici maggiormente rappresentati sono, nell'ordine, ferro, metalli e affini, tessili e abbigliamento, mobili e arredamento, pane e pasticceria.

Tabella 3.3 *Percentuali delle aziende del commercio all'ingrosso presenti nel comune di Padova secondo il periodo di inizio della loro attività, sul totale delle aziende del commercio all'ingrosso presenti nello stesso territorio*

Periodo	%
prima del 1980	74,1
dal 1980 al 1989	11,1
dal 1990 al 1999	11,1
dal 2000 in poi	3,7
totale	100

Quasi tutte le aziende intervistate sono state fondate da almeno 25 anni. È da presumere che gli attuali titolari siano i figli dei fondatori. Dal 1980 al 1989 ne sono sorte di meno ed ancora meno ne sono sorte tra il 1990 ed il 1999. Dal 2000 si è avuta una ripresa.

Vediamo ora la situazione per i restanti comuni della provincia di Padova.

Tabella 3.4 *Percentuali delle aziende del commercio all'ingrosso presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) secondo il periodo di inizio della loro attività, sul totale delle aziende del commercio all'ingrosso presenti nello stesso territorio*

Periodo	%
prima del 1980	51,4
dal 1980 al 1989	27
dal 1990 al 1999	13,5
dal 2000 in poi	8,1
totale	100

Anche fuori dal capoluogo gran parte delle aziende intervistate ha più di 25 anni. È da presumere che gli attuali titolari siano i figli dei fondatori. Rispetto al capoluogo, tuttavia, le aziende con più di 25 anni sono in percentuale minore sul totale delle aziende. Rispetto al periodo antecedente al 1980, dal 1980 al 1989 sono sorte meno aziende ed ancora meno ne sono sorte tra il 1990 ed il 1999. Considerando separatamente i periodi dal 1980 al 1989 e dal 1990 al 1999, i

dati percentuali analizzati sono maggiori nei comuni della provincia di Padova diversi dal capoluogo.

Tabella 3.5 *Percentuali delle aziende del commercio all'ingrosso presenti nel comune di Padova sulla base del periodo di nascita e del numero di unità locali presenti in Italia, sul totale delle aziende del commercio all'ingrosso presenti nella provincia di Padova*

Periodo di inizio attività	%	
	Una unità	più di una unità
prima del 1980	37	37
dal 1980 al 1989	0	11,1
dal 1990 al 1999	3,7	0
dal 2000 in poi	3,7	7,5
totale	44,4	55,6

Una metà delle aziende sorte prima del 1980 hanno almeno una filiale in Italia. Questo è indice che in questi oltre 25 anni sono riuscite a penetrare bene nel mercato e quindi sono sorte delle sedi aggiuntive a quella principale. Delle aziende sorte più recentemente, la maggior parte ha più di una sede in Italia. Questo può significare che le aziende sorte più di recente sono sorte con più sedi o si sono sviluppate molto rapidamente.

Tabella 3.6 *Percentuali delle aziende presenti nella provincia di Padova (escluso il capoluogo) sulla base del periodo di inizio della loro attività e del numero di unità locali presenti in Italia, sul totale delle aziende del commercio all'ingrosso presenti nella provincia di Padova*

Periodo di inizio attività	%	
	Una unità	più di una unità
prima del 1980	6,3	31,3
dal 1980 al 1989	18,8	12,5
dal 1990 al 1999	6,3	18,8
dal 2000 in poi	6	0
totale	37,4	62,6

Delle aziende che hanno iniziato l'attività prima del 1980, la maggior parte ha fondato più sedi. Delle aziende sorte più recentemente, metà hanno più di una sede in Italia. Questo indica che la maggior parte delle aziende della provincia si sono sviluppate in questi oltre 25 anni.

Tabella 3.7 *Percentuali delle aziende del comune di Padova sulla base del possesso o meno di un sito internet aziendale, sul totale delle aziende del capoluogo*

Sito internet	%
si	64,3
no	32,1
in via di realizz.	3,6

La maggior parte delle aziende che opera nel commercio all'ingrosso nel comune di Padova possiede un sito internet. Questo è indice di un buon aggiornamento tecnologico delle aziende.

Vediamo ora la situazione per i restanti comuni della provincia di Padova.

Tabella 3.8 *Percentuali delle aziende presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) sulla base del possesso o meno di un sito internet aziendale, sul totale delle aziende dello stesso territorio*

Sito internet	%
si	37,5
no	50
in via di realizz.	12,5

Ben la metà delle aziende del commercio all'ingrosso presenti in questo territorio non possiede un sito internet. Questo è indice di maggior arretratezza nel campo tecnologico rispetto alle aziende del capoluogo.

Tabella 3.9 *Percentuali delle aziende presenti nel comune di Padova sulla base del periodo di nascita e del possesso o meno di un sito internet, sul totale delle aziende del capoluogo*

%

Sito internet	Inizio prima del 1980	Inizio tra il 1980 e il 1989	Inizio tra il 1990 e il 1999	Inizio dopo il 2000
si	32	12	4	12
no	32	4	0	0
in via di real.	4	0	0	0

Le aziende nate dopo il 1990 hanno quasi tutte un sito internet, mentre tra quelle nate precedentemente è più alta la proporzione di imprese che ne sono sprovviste. Questo può essere spiegato con il fatto che le aziende più vecchie sono riuscite a penetrare meglio nel mercato e ad acquisire una clientela che si è consolidata nel tempo, mentre quelle sorte più recentemente hanno bisogno di farsi più pubblicità e sono anche più aggiornate nel campo tecnologico.

Vediamo ora la situazione per i restanti comuni della provincia di Padova.

Tabella 3.10 *Percentuali delle aziende presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) sulla base del periodo di nascita e del possesso o meno di un sito internet, sul totale delle aziende dello stesso territorio*

Sito internet	%			
	Inizio prima del 1980	Inizio tra il 1980 e il 1989	Inizio tra il 1990 e il 1999	Inizio dopo il 2000
si	21,4	0	14,2	0
no	21,4	14,3	7,1	13,5
in via di real.	0	7,1	1	0
totale	42,8	21,4	22,3	13,5

Delle aziende sorte prima del 1990 il 66,7 % non possiede un sito internet, mentre delle aziende sorte più recentemente il 60 % non lo possiede. Questo può indicare che le aziende presenti nel territorio della provincia di Padova esterno al capoluogo sono meno avanzate tecnologicamente rispetto a quelle del capoluogo stesso.

Tabella 3.11 *Percentuali delle aziende presenti nel comune di Padova sulla base del possesso di un sito internet e del settore merceologico di appartenenza*

Settore merc.	%		
	Sì sito	No sito	Sito in via di real.
alimentari	3,4	3,4	17,2
auto e ricambi	13,8	3,4	0
altro	44,8	10,3	3,7
totale	62	17,1	20,9

Tra le aziende del commercio alimentare quasi tutte non possiedono un sito internet e i clienti comprano merce fresca arrivate in giornata. Al contrario, le aziende non alimentari hanno quasi tutte il sito internet per pubblicizzare il campionario dei prodotti in vendita e per permettere ai clienti di poter accedere con facilità ai servizi (prenotazioni, acquisti on-line, appuntamenti, ecc.) Fra le altre aziende, quasi tutte possiedono un sito internet.

Tabella 3.12 *Percentuali delle aziende presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) sulla base del possesso di un sito internet e del settore merceologico di appartenenza, sul totale delle aziende dello stesso territorio*

Settore merc.	%		
	Sì sito	No sito	Sito in via di real.
alimentari	6,3	25	6,3
auto e ricambi	18,8	6,3	0
altro	12,5	18,8	6
totale	37,6	50,1	12,3

Come detto precedentemente, le aziende della provincia sono meno dotate di siti internet di quelle del comune di Padova. Comunque la distribuzione dei siti internet fra le aziende dei vari settori merceologici è analoga a quella del comune di Padova: le alimentari sono quelle meno dotate di siti internet.

Tabella 3.13 *Percentuali delle aziende presenti nel comune di Padova sulla base della corrispondenza tra l'andamento aziendale nell'ultimo anno e l'andamento previsto per lo stesso periodo, sul totale delle aziende di questo territorio*

Risultato	%
miglior del previsto	8,3
come previsto	52,8
mancato vari obiettivi	36,1
non so	2,8
totale	100

La maggioranza delle aziende è riuscita a realizzare gli obiettivi che si era proposta. Soltanto tre aziende hanno ottenuto risultati migliori del previsto mentre metà aziende hanno mancato gli obiettivi.

Tabella 3.14 *Percentuali delle aziende presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) sulla base della corrispondenza tra l'andamento aziendale nell'ultimo anno e l'andamento previsto per lo stesso periodo, sul totale delle aziende presenti nello stesso territorio*

Risultato	N. aziende
miglior del previsto	8,8
come previsto	54,4
mancato vari obiettivi	35,1
non so	1,7

La tendenza è pressoché analoga al comune di Padova.

Tabella 3.15 *Percentuali delle aziende presenti nel comune di Padova sulla base dell'intenzione di investire nei vari ambiti nei prossimi due anni, sul totale delle aziende presenti nello stesso territorio*

Investimento	%		
	sì	no	non so
ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali	8	10,9	1,1
attrezzature e arredamenti	8,6	10,9	0,6
sistemi informatici	10,3	9,1	0,6
pubblicità	8,6	10,3	1,1
formazione del personale	2,3	12	5,6

Totale	37,8	53,2	9
Qualche tipo di investimento	13,7	1,1	5,1

Quasi tutte le aziende intendono fare qualche tipo di investimento. Tra gli investimenti previsti prevalgono quelli per sistemi informatici e a seguire quelli per ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali, attrezzature e arredamenti, pubblicità. Pochissime aziende intendono investire in formazione del personale.

Vediamo ora la situazione per i restanti comuni della provincia di Padova.

Tabella 3.16 *Percentuali delle aziende presenti nella provincia di Padova (escluso il capoluogo) sulla base dell'intenzione di investire nei vari ambiti nei prossimi due anni, sul totale delle aziende presenti nello stesso territorio*

Investimento	%		
	si	no	non so
ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali	8,9	11,1	0
attrezzature e arredamenti	6,8	12,9	0,4
sistemi informatici	7,9	11,8	0,4
pubblicità	13,6	5,4	1,1
formazione del personale	3,9	16,1	0
Totale	41,1	57,3	1,9
Qualche tipo di investimento	17,5	0,7	1,8

Quasi tutte le aziende intendono fare qualche tipo di investimento. Per quanto riguarda gli investimenti nella ristrutturazione o nell'acquisizione di nuovi locali, la situazione è analoga a quella vista per il comune di Padova. Per quanto riguarda gli investimenti in attrezzature e arredamenti, circa un terzo delle aziende è sicuro di farli, mentre nel comune di Padova lo sono più di metà delle aziende. Un terzo delle aziende intende investire in sistemi informatici, mentre nel comune di Padova tali aziende sono più di metà. La maggior parte delle aziende intende investire in pubblicità, mentre nel comune di Padova lo sono meno di metà. Come nel comune di Padova, poche aziende intendono investire nella formazione del personale. Alle aziende interessa molto farsi pubblicità e, rispetto a quelle del capoluogo, si conferma il minore interesse a sviluppare le tecnologie informatiche.

Tabella 3.17 *Percentuali delle aziende presenti nel comune di Padova secondo la previsione sull'andamento dell'azienda nei prossimi due anni, sul totale delle aziende presenti nello stesso territorio*

Previsione	%
miglioramento	38,2
nessuna variaz.	38,2
peggioramento	2,9
non so	20,7
totale	100

Gran parte delle aziende prevede una stazionarietà o un miglioramento. È significativa la proporzione delle aziende che hanno preferito non pronunciarsi.

Tabella 3.18 *Percentuali delle aziende presenti nel comune di Padova (eccetto il capoluogo) secondo la previsione sull'andamento dell'azienda nei prossimi due anni, sul totale delle aziende presenti nello stesso territorio*

Previsione	%
miglioramento	57,1
nessuna variaz.	0
peggioramento	0
non so	42,9
totale	100

Più di metà delle aziende prevede un miglioramento. Nessuna azienda prevede una stabilità o un peggioramento ma è molto significativa, ben di più che nel capoluogo, la proporzione delle aziende che non si sono pronunciate.

Tabella 3.19 *Percentuali delle aziende presenti nel comune di Padova sulla base della variazione del personale nell'ultimo anno, sul totale delle aziende presenti nello stesso territorio*

Variazione	%
uscite	2,9
assunzioni	0

entrambe	2,9
Solo turn over	31,4
nessuna variaz.	62,8
totale	100

Gran parte delle aziende non ha avuto nessuna variazione di personale. Poche aziende hanno assunto personale. Molte aziende sono ricorse al turn over.

Tabella 3.20 *Percentuali delle aziende presenti nella provincia di Padova (escluso il capoluogo) secondo la variazione del personale nell'ultimo anno*

Variazione	%
uscite	22,2
assunzioni	5,6
entrambe	5,6
solo turn over	1,9
nessuna variaz.	64,8
totale	100

La maggior parte delle aziende non ha avuto variazioni di personale. In questo territorio un numero significativo di aziende ha diminuito il personale. Poche aziende hanno assunto. A differenza del capoluogo, solo una azienda è ricorsa al turn over.

3.2 La situazione per il commercio al dettaglio

Anche per quanto riguarda questo settore, gran parte delle aziende intervistate è stata fondata da oltre 25 anni. Le imprese, nell'ultimo anno, hanno quasi sempre avuto un andamento non migliore rispetto alle previsioni. Generalmente, le aziende pensano di investire nei prossimi due anni solo nell'acquisizione o nella ristrutturazione di nuovi locali, in sistemi informatici ed in pubblicità e prevedono un miglioramento dell'andamento aziendale nei prossimi due anni. Sono poche le aziende che nell'ultimo anno hanno assunto lavoratori, mentre molte di più hanno diminuito il personale. Comunque la maggior parte delle aziende non ha avuto variazione di personale.

Tabella 3.21 *Percentuali delle aziende presenti nel comune di Padova sulla base della loro tipologia, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nello stesso territorio*

Tipologia	%
auto e ricambi	16,2
alimentari	8,1
tessili e abbigliamento	24,3
drogheria, detersivi, colori e vernici	2,7
erboristeria	2,7
giocattoli	2,7
libreria	5,4
macelleria	2,7
metalli, ferramenta e affini	2,7
motocicli ed accessori	2,7
panetteria, pasticceria	13,5
radio, tv e materiale elettrico	2,7
gestione impianti stradali e carburanti	8,1
calzature, pelletterie e articoli da viaggio	5,5
articoli sportivi	0
mobili e arredamento	0
ortofrutta	0

profumeria, bigiotteria	0
totale	100

I settori merceologici più rappresentati sono, nell'ordine, tessili e abbigliamento, auto e ricambi, panetteria e pasticceria. Tutti gli altri settori sono molto meno rappresentati.

Tabella 3.22 *Percentuale delle aziende presenti nella provincia di Padova (escluso il capoluogo) sulla base della loro tipologia, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nello stesso territorio*

Tipologia	%
auto e ricambi	9,4
alimentari	22,6
tessili e abbigliamento	17
drogheria, detersivi, colori e vernici	0
erboristeria	1,9
giocattoli	0
libreria	0
macelleria	5,7
metalli, ferramenta e affini	7,5
motocicli ed accessori	0
panetteria, pasticceria	0
radio, tv e materiale elettrico	0

gestione impianti stradali e carburanti	3,8
calzature, pelletterie e articoli da viaggio	0
articoli sportivi	1,9
mobili e arredamento	24,5
ortofrutta	1,9
profumeria, bigiotteria	3,8
totale	100

I settori merceologici maggiormente rappresentati sono, nell'ordine, mobili e arredamento e alimentari, tutti diversi rispetto a quelli trovati nel capoluogo.

Tabella 3.23 *Percentuali delle aziende presenti nel comune di Padova secondo il periodo di inizio della loro attività, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nello stesso territorio*

Periodo	%
Inizio prima del 1980	37,5
Inizio dal 1980 al 1989	31,3
Inizio dal 1990 al 1999	25
Inizio dal 2000 in poi	6,2
totale	100

Una buona fetta di aziende è sorta nel periodo tra il 1980 ed il 1999; gran parte di tali aziende sono sorte nel primo decennio. Dal 2000 in poi c'è stato un calo della formazione di nuove aziende.

Vediamo ora la situazione per i restanti comuni della provincia di Padova.

Tabella 3.24 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) secondo il periodo di inizio della loro attività, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nello stesso territorio*

Periodo	%
Inizio prima del 1980	66,7
Inizio dal 1980 al 1989	13,3
Inizio dal 1990 al 1999	10
Inizio dal 2000 in poi	10
totale	100

C'è stato un calo dal 1980 al 1989 ed un altro calo nel decennio successivo; entrambe le diminuzioni sono state più significative che per il comune di Padova.

Tabella 3.25 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nel comune di Padova sulla base del periodo di inizio della loro attività e del numero di unità locali possedute in Italia, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nel capoluogo*

Periodo di inizio attività	%	
	Una unità	più di una unità
prima del 1980	22,2	27,8
dal 1980 al 1989	13,9	13,9
dal 1990 al 1999	8,3	5,6
dal 2000 in poi	2,8	5,5
totale	47,2	52,8

Delle aziende sorte prima del 1980 la maggioranza ha più di una unità locale in Italia. Questo è indice che in questi oltre 25 anni tali aziende sono riuscite a penetrare bene nel mercato permettendo l'apertura di punti vendita aggiuntivi rispetto a quello principale. Delle aziende sorte più recentemente, metà hanno più di una unità locale nel territorio italiano.

Tabella 3.26 *Percentuale delle aziende presenti nella provincia di Padova (escluso il capoluogo) sulla base del periodo di inizio della loro attività e del numero di unità locali possedute in Italia, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova*

Periodo di inizio attività	%	
	Una unità	più di una unità
prima del 1980	8,8	50
dal 1980 al 1989	8,8	11,8
dal 1990 al 1999	2,9	8,8
dal 2000 in poi	0	8,9
totale	20,5	79,5

Delle aziende sorte prima del 1980 quasi tutte hanno più di una unità locale in Italia, per cui si possono trarre le stesse conclusioni viste per il comune di Padova. Anche tra le aziende sorte più recentemente la maggior parte ha più di una unità locale in Italia.

Tabella 3.27 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nel comune di Padova secondo il possesso o meno di un sito internet aziendale, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio del capoluogo*

Sito internet	%
sì	27
no	73
in via di realizz.	0
totale	100

Quasi tutte le aziende non possiedono un sito internet e nessuna di tali aziende che ne sono sprovviste ha intenzione di realizzarlo. Questo può indicare arretratezza nel campo tecnologico.

Vediamo ora la situazione per i restanti comuni della provincia di Padova.

Tabella 3.28 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) secondo il possesso o meno di un sito internet aziendale, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nello stesso territorio*

Sito internet	%
sì	16,7
no	83,3
in via di realizz.	0
totale	100

Come nel comune di Padova, anche nel resto della provincia di Padova quasi tutte le aziende non possiedono un sito internet, anche se la proporzione delle aziende che non lo possiedono è leggermente inferiore rispetto al capoluogo. Questo è indice di arretratezza nel campo tecnologico, anche se meno accentuata rispetto alle aziende del capoluogo.

Tabella 3.29 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nel comune di Padova sulla base del possesso o meno di un sito internet e del periodo di nascita dell'azienda, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio del capoluogo*

Sito internet	%			
	Inizio prima del 1980	Inizio tra il 1980 e il 1989	Inizio tra il 1990 e il 1999	Inizio dopo il 2000
Sì	7,8	0	0	0
No	0	27,8	15,7	15,7
in via di real.	0	0	16,5	16,5
totale	7,8	27,8	32,2	32,2

Delle aziende sorte prima del 1980 tutte hanno un sito internet, mentre nessuna delle aziende nate più recentemente lo possiede. Questo può indicare che le aziende più anziane hanno sviluppato le tecnologie informatiche in maniera maggiore rispetto alle aziende più giovani.

Tabella 3.30 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) sulla base del periodo di nascita dell'azienda e del possesso di un sito internet, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova*

%

Sito internet	Inizio prima del 1980	Inizio tra il 1980 e il 1989	Inizio tra il 1990 e il 1999	Inizio dopo il 2000
Si	15	7,5	0	0
No	0	77,5	0	0
in via di real.	0	0	0	0
totale	15	85	0	0

Tutte le aziende sorte prima del 1980 possiedono un sito internet, mentre quasi nessuna di quelle sorte più recentemente lo possiede. Come nel capoluogo, le aziende più vecchie sono più aggiornate tecnologicamente di quelle più giovani.

Tabella 3.31 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nel comune di Padova sulla base del possesso o meno di un sito internet e del settore merceologico di appartenenza, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio del capoluogo*

Settore merc.	%		
	Si sito	No sito	Sito in via di real.
alimentari	6,1	12,1	0
auto e ricambi	9,1	9,1	0
altro	15,2	48,4	0
totale	30,4	69,6	0

Delle aziende non alimentari la maggior parte (due terzi) non possiede un sito internet perché la clientela, generalmente, conosce bene i punti vendita e va ad acquistare la merce direttamente nel punto vendita stesso. Delle aziende che commercializzano automobili e ricambi è più alta la proporzione di aziende che possiedono il sito internet: la rete, infatti, viene utilizzata per permettere alla clientela, che può essere sparsa anche a molti chilometri di distanza dal punto vendita, di poter accedere con facilità ai servizi (prenotazioni, acquisti on-line, appuntamenti, ecc.). Tra le altre aziende, la maggioranza non possiede un sito internet.

Vediamo ora la situazione per i restanti comuni della provincia di Padova.

Tabella 3.32 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) sulla base del possesso di un sito internet e del settore*

merceologico di appartenenza, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova

Settore merc.	%		
	Sì sito	No sito	Sito in via di real.
alimentari	0	32,1	0
auto e ricambi	7,1	3,6	0
altro	7,1	50,1	0
totale	14,2	85,8	0

Delle aziende che commercializzano prodotti alimentari nessuna possiede un sito internet, mentre di quelle che commercializzano automobili e ricambi i due terzi lo possiede. Si possono fare, pertanto, gli stessi ragionamenti visti per il comune di Padova. Tra le altre aziende, quasi tutte non possiedono un sito internet.

Tabella 3.33 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nel comune di Padova sulla base della corrispondenza tra l'andamento aziendale nell'ultimo anno e l'andamento previsto per lo stesso periodo, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio del capoluogo*

Risultato	%
meglio del previsto	11,4
come previsto	40
mancato vari obiettivi	48,6
non so	0
Totale	100

La maggioranza delle aziende non è riuscita a realizzare gli obiettivi che si era proposta. Soltanto quattro aziende hanno ottenuto risultati migliori del previsto mentre meno della metà delle aziende ha ottenuto né più né meno degli risultati che si era prefissata.

Tabella 3.34 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) sulla base della corrispondenza tra l'andamento aziendale nell'ultimo anno e l'andamento previsto per lo stesso periodo, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova*

Risultato	%
meglio del previsto	3,3
come previsto	32,8
mancato vari obiettivi	63,9
non so	0
totale	100

Come nel capoluogo, la maggior parte delle aziende non è riuscita a realizzare gli obiettivi che si era prefissata, ma in proporzione più alta rispetto alla città di Padova. Solo due aziende hanno ottenuto risultati migliori del previsto mentre, come nella città di Padova, poco meno di metà delle aziende ha ottenuto né più né meno degli obiettivi che si era prefissata.

Tabella 3.35 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nel comune di Padova sulla base dell'intenzione di investire nei vari ambiti nei prossimi due anni, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nel capoluogo*

Investimento	%		
	Si invest.	No invest.	non so
ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali	11,7	8,3	0
attrezzature e arredamenti	10,6	9,4	0
sistemi informatici	12,2	7,8	0
pubblicità	13,9	6,1	0
formazione del personale	7,2	12,2	0,6
totale	55,6	43,8	0,6
qualche tipo di investimento	17,2	2,2	0,6

Quasi tutte le aziende intendono fare qualche tipo di investimento. Tra gli investimenti previsti prevalgono quelli per la pubblicità, seguiti, in ordine decrescente, da quelli per sistemi informatici, per la ristrutturazione e l'acquisizione di nuovi locali e per attrezzature e arredamenti. Meno della metà delle aziende intende investire nella formazione del personale.

Tabella 3.36 Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova (escluso il capoluogo) sulla base dell'intenzione di investire nei vari ambiti nei prossimi due anni, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio della provincia di Padova

Investimento	%		
	Si invest.	No invest.	non so
ristrutturazione e acquisizione di nuovi locali	1,6	2,6	15,7
attrezzature e arredamenti	3,9	13,8	2,3
sistemi informatici	7,2	12,5	0,3
pubblicità	14,1	5,2	0,8
formazione del personale	3	17	0
totale	29,8	51,1	19,1
qualche tipo di investimento	14,1	2,3	3,6

Come nel capoluogo, quasi tutte le aziende intendono fare qualche tipo di investimento. Tra gli investimenti previsti, prevalgono anche qui quelli per la pubblicità, seguiti, in ordine decrescente, da quelli per sistemi informatici, per attrezzature e arredamenti, per la formazione del personale e per la ristrutturazione e l'acquisizione di nuovi locali.

Tabella 3.37 Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nel comune di Padova secondo la previsione sull'andamento aziendale nei prossimi due anni, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio del capoluogo

Previsione	%
miglioramento	72,2
nessuna variaz.	19,4
peggioramento	0
non so	8,4
totale	100

Quasi tutte le aziende prevedono un miglioramento, alcune non prevedono alcuna variazione e nessuna prevede un peggioramento.

Tabella 3.38 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova (eccetto il capoluogo) secondo la previsione sull'andamento aziendale nei prossimi due anni, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio della provincia di Padova*

Previsione	%
miglioramento	31,1
nessuna variaz.	13,1
peggioramento	0
non so	55,8
totale	100

Rispetto al capoluogo, la maggioranza delle aziende non si pronuncia. Sono comunque molte anche le aziende che prevedono un miglioramento.

Tabella 3.39 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nel comune di Padova secondo la variazione del personale nell'ultimo anno, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio del capoluogo*

Variazione	%
uscite	11,1
assunzioni	11,1
entrambe	2,8
solo turn over	8,3
nessuna variaz.	66,7
totale	100

Gran parte delle aziende non ha avuto nessuna variazione di personale. Alcune aziende hanno assunto personale ed in altre aziende ci sono state uscite di personale.

Tabella 3.40 *Percentuale delle aziende del commercio al dettaglio presenti nella provincia di Padova (escluso il capoluogo) secondo la variazione di personale nell'ultimo anno, sul totale delle aziende del commercio al dettaglio della provincia di Padova*

Variazione	%
uscite	19,7

assunzioni	0
entrambe	13,1
solo turn over	13,1
nessuna variaz.	54,1
totale	100

Anche in questo territorio la maggior parte delle aziende (tali aziende, comunque, sono in proporzione molto inferiore a quella trovata nel capoluogo), non ha avuto variazioni di personale. Un numero significativo di aziende ha diminuito il personale. Poche aziende hanno assunto.

Le tendenze occupazionali nel settore commerciale padovano

4.1 La situazione per il commercio al dettaglio

Poche aziende prevedono di assumere personale nei prossimi due anni e quelle che lo prevedono sono interessate alle figure dell'addetto al reparto macelleria, dell'addetto al reparto scatolame, del commerciale, della segretaria/centralinista, del contabile/analista, dell'addetto alle vendite, dell'addetto al reparto scatolame e del cassiere.

Tabella 4.1 *Percentuali di nuove assunzioni e di nuove uscite previste nei prossimi due anni sul totale degli addetti presenti attualmente, per le aziende presenti nel comune di Padova*

Previsione	%
assunzioni	0
uscite	0

Nella città di Padova nessuna azienda intende assumere personale, ma allo stesso tempo nessuna azienda prevede di licenziare.

Tabella 4.2 *Percentuali di nuove assunzioni e di nuove uscite previste nei prossimi due anni sul totale degli addetti presenti attualmente, per le aziende presenti nel territorio della provincia di Padova esterno al capoluogo*

Previsione	%
assunzioni	13,5
uscite	0

C'è poca intenzione di assumere personale nell'immediato futuro, comunque è positivo il fatto che nessuna azienda pensi di licenziare.

Tabella 4.3 *Percentuali delle aziende presenti nella provincia di Padova (escluso il capoluogo) in cui si prevede di assumere le varie figure professionali*

Figura professionale	%
----------------------	---

commerciale	6,6
segretaria/centralinista	6,6
contabile/analista	1,7
addetto alle vendite	9,8
addetto al reparto scatolame	1,7
cassiere	14,6
altro	59

Rispetto al capoluogo, molte più aziende pensano di assumere personale. Di queste più della metà sono interessate a figure professionali non previste dal questionario e le altre sono interessate, in ordine decrescente rispetto al numero delle aziende, alle figure del cassiere, dell'addetto alle vendite, del commerciale e della segretaria/centralinista (a pari merito), dell'addetto al reparto scatolame e del contabile/analista (a pari merito). A differenza del capoluogo, non sono richiesti addetti al reparto macelleria.

4.2 La situazione per il commercio all'ingrosso

In questo paragrafo sono raggruppate sia le aziende che si occupano solo di commercio all'ingrosso sia le aziende che si occupano contemporaneamente di commercio all'ingrosso e di commercio al dettaglio. Poche aziende pensano di assumere personale e quelle che lo prevedono sono interessate alle figure dell'addetto al reparto macelleria, del responsabile amministrativo, dell'addetto al reparto ortofrutta, del cassiere, del commerciale, della segretaria/centralinista, dell'addetto ai reparti e dell'addetto al reparto scatolame.

Tabella 4.4 *Percentuali di assunzioni e di uscite previste per i prossimi due anni sul totale degli addetti attualmente presenti, per le aziende presenti nel comune di Padova*

Previsione	%
assunzioni	3,9
uscite	2,1

C'è una scarsa intenzione di assumere, ma ancora minore è l'intenzione di licenziare.

Tabella 4.5 *Percentuali di assunzioni e di uscite previste per i prossimi due anni sul totale degli addetti attualmente presenti, per le aziende presenti nel territorio della provincia di Padova esterno al capoluogo*

Previsione	%
assunzioni	0
uscite	0

A differenza di quanto visto per il capoluogo, nessuna azienda pensa di assumere così come nessuna azienda pensa di licenziare.

Tabella 4.6 *Numero di aziende presenti nel comune di Padova in cui si prevede di assumere le varie figure professionali*

Fig. profess.	%
resp. Amm.	16,7
add. Al rep. Macelleria	33,4
add. Al rep. Ortofrutta	16,7
cassiere	16,7
altro	16,5

Soltanto otto aziende pensano di assumere personale. Tra queste tre sono interessate a figure professionali non previste dal questionario e le altre alle figure professionali del commerciale, della segretaria/centralinista, dell'addetto al reparto macelleria, dell'addetto ai reparti e dell'addetto al reparto scatolame.

Le professionalità richieste dalle aziende commerciali

5.1 La situazione per il commercio al dettaglio

Le figure professionali del commercio al dettaglio sono suddivise fra varie aree funzionali: direzione, amministrazione, commerciale e marketing, magazzino, operativa. Negli esercizi con due o tre addetti, ogni persona svolge un po' tutte le attività, per cui si individua un'area unica.

Tabella 5.1 *Figure professionali del commercio al dettaglio per area funzionale*

Area funzionale	Figure professionali
Area Direzione	Titolare
Area Amministrazione	Responsabile amministrativo
	Impiegato amministrativo
	Responsabile del controllo di gestione
	Responsabile finanziario
	Contabile
Area Commerciale e Marketing	Informatico
	Direttore di punto vendita
	Addetto agli acquisti
	Disegnatore di collezioni
	Commesso
Area Magazzino	Buyer e addetto al marketing
Area Operativa	Magazziniere
	Cassiere
	Fruttivendolo
	Gastronomo
	Macellaio
	Erborista

	Panificatore
	Pasticcere
	Intermediario del commercio

5.1.1 Area Direzione

In quest'area c'è il controllo generale dell'azienda, dal punto di vista operativo e da quello finanziario. Nelle aziende del commercio al dettaglio questa attività è esercitata esclusivamente dalla figura del titolare.

Titolare

Coordina tutte le attività dell'azienda e si occupa della gestione finanziaria. È il responsabile generale di tutta l'attività dell'azienda. Negli esercizi piccoli, il titolare svolge anche tutte le funzioni dell'area amministrativa.

Deve avere buone doti organizzative e di leadership.

È preferibile possedere una laurea in Economia e Commercio.

5.1.2 Area Amministrazione

In quest'area viene controllato e registrato l'andamento economico dell'azienda. Viene fatta la contabilità e vengono controllate le entrate e le uscite.

Responsabile amministrativo

È responsabile del settore amministrativo dell'azienda e prende, assieme al titolare, le decisioni riguardanti questo settore. Controlla la correttezza dei dati contabili registrati dall'impiegato amministrativo e cura i rapporti con le banche ed i fornitori. Utilizza i dati contabili per compilare report, per redigere il bilancio e per la dichiarazione dei redditi. Controlla lo scoperto dei clienti e coordina le azioni di recupero del contenzioso. Controlla anche che vengano rispettate tutte le scadenze e che il punto vendita sia rispondente, in tutti i suoi aspetti, alla normativa vigente.

Deve avere una particolare capacità di lavorare in gruppo e per obiettivi, una buona comunicativa, senso di leadership e una buona capacità di tollerare lo stress. Sono necessarie

conoscenze di contabilità generale, delle metodologie d'amministrazione e della normativa fiscale, civilistica e societaria. Il responsabile amministrativo deve inoltre conoscere il pacchetto Office, i sistemi di gestione integrata, i software specifici per la contabilità.

Come titolo di studio, è consigliata una laurea ad indirizzo economico.

Come abilità personali, servono capacità organizzativa e di risoluzione di problemi operativi, doti di leadership e tolleranza dello stress.

Impiegato amministrativo

Si occupa di tutte le attività amministrative dell'azienda, gestendo la contabilità generale (controllo e registrazione delle fatture, controllo e contabilizzazione degli incassi e delle spese, gestione delle operazioni di pagamento, gestione degli adempimenti fiscali e previdenziali, fatturazione e bollettazione, gestione del rapporto con le banche). Spesso, inserisce i dati sulla contabilità in sistemi informatici aziendali. Redige periodicamente dei report sulla situazione contabile e sui risultati aziendali raggiunti.

Deve conoscere le nozioni di base di ragioneria, la normativa sull'Iva e le metodologie per l'archiviazione delle pratiche di fatturazione. Deve inoltre conoscere il pacchetto Office ed i software specifici per la contabilità. Servono precisione, buone doti organizzative, flessibilità, capacità di lavorare in gruppo, propensione al lavoro routinario e buona dialettica.

Come titolo di studio, è necessario il diploma di Ragioneria o di Tecnico della gestione aziendale ma è vivamente consigliata la laurea in Economia e Commercio.

Responsabile del controllo di gestione

Controlla tutta la gestione economica dell'azienda, verificando il lavoro dell'impiegato amministrativo, del responsabile amministrativo e del contabile. Deve controllare che vengano contabilizzate tutte le entrate e tutte le uscite verificando che le seconde non siano troppo elevate rispetto alle prime. Deve anche verificare che gli incassi e le spese corrispondano ai prodotti o servizi rispettivamente venduti e acquistati.

Deve avere buone conoscenze di contabilità ed accuratezza nel lavoro.

È consigliato un diploma di tecnico commerciale.

Responsabile finanziario (tratto dal sito www.professioni.info)

Ha la responsabilità del settore finanziario dell'azienda. Essenzialmente, si assicura che l'azienda abbia tutte le risorse economiche per far fronte alle spese necessarie al suo funzionamento. In particolare, stima periodicamente il fabbisogno economico dell'azienda, individua le fonti di finanziamento e di impiego delle risorse economiche, negozia le condizioni di conti correnti e le operazioni di raccolta e di impiego della liquidità con banche e società finanziarie, decide assieme al titolare le condizioni di vendita ai clienti e di acquisto dai fornitori.

Deve avere buone doti organizzative.

È consigliata la laurea in Economia e Commercio.

Contabile

Gestisce la contabilità, dà gli ordini ai fornitori e controlla i prezzi dei prodotti.

Deve avere iniziativa, attenzione e capacità di lavorare per scadenze.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

5.1.3 Area Commerciale e Marketing

In quest'area vengono svolte tutte le attività legate all'acquisto dei prodotti da parte dell'azienda ed alla loro vendita al pubblico e viene studiato il mercato di riferimento per trovare le strategie per vendere meglio, anche pubblicizzando adeguatamente l'azienda. Si trovano le figure del direttore di punto vendita (che ne dirige l'attività supportando in questo modo l'attività del titolare), dell'addetto agli acquisti (per le decisioni sugli acquisti di merce dai fornitori), del commesso (che si occupa principalmente di seguire e consigliare il cliente negli acquisti) e dell'addetto alle promozioni (che si occupa delle politiche per pubblicizzare l'azienda) e del buyer e addetto al marketing (che studia il mercato).

Buyer e addetto al marketing (tratto dal sito “contenuto.monster.it”)

Si occupa del rapporto dell'azienda con i fornitori e della pubblicità. Sceglie i fornitori, con i quali tiene i contatti per conto della sua azienda e dai quali acquista i prodotti o le materie prime necessarie alla loro produzione. Spesso, è responsabile degli acquisti dei servizi riguardanti il magazzino e di quelli riguardanti le attrezzature e gli impianti industriali. Si occupa anche di fare ricerche di mercato per stabilire le zone dove è preferibile aprire i punti vendita ed il tipo di clientela maggiormente interessata ai prodotti in vendita.

È preferibile la laurea in Economia e Commercio.

Direttore di punto vendita (tratto dal sito “job.cdc.it”)

Dirige il personale e l'area finanziaria del punto vendita. In particolare, supervisiona e coordina l'attività del punto vendita stesso, amministra il personale e pianifica tutte le attività inerenti alla vendita dei prodotti.

Deve avere buone conoscenze sulla gestione amministrativa, commerciale e del personale del punto vendita, oltre a buone capacità di coordinamento.

Per svolgere questa professione, è consigliato quasi sempre il diploma di scuola media superiore.

Addetto agli acquisti

Decide quali merci l'azienda debba acquistare per il rifornimento del punto vendita. Si occupa, inoltre, anche delle promozioni e dello spostamento della merce da/per altri punti vendita.

Deve conoscere bene la merce ed il mercato di riferimento.

È consigliato sempre il diploma.

Commesso

Il compito principale del commesso è quello di stimolare il cliente all'acquisto, tenendo conto della necessità di vendere senza però essere troppo assillante (nel caso il cliente fosse restio all'acquisto, gli si possono proporre altre possibilità di acquisto). Accanto a questo ruolo

fondamentale, il commesso ne ha molti altri: fornire al cliente tutte le informazioni possibili sulle caratteristiche della merce, controllare che non accadano furti, mantenere ordinata la merce, controllare che gli spazi espositivi abbiano le scorte sufficienti e siano sempre curati, eseguire o collaborare nell'esecuzione dell'inventario delle merci di sua competenza, collaborare con il titolare o con i responsabili di reparto nella valutazione dell'andamento delle vendite e, nel caso gli affari vadano male, proporre soluzioni per migliorare la situazione.

Il commesso deve avere una buona predisposizione ai rapporti interpersonali.

Non è richiesto un particolare titolo di studio per svolgere questa attività.

Buyer e addetto al marketing (tratto dal sito "contenuto.monster.it")

Si occupa del rapporto dell'azienda con i fornitori e della pubblicità. Sceglie i fornitori, con i quali tiene i contatti per conto della sua azienda e dai quali acquista i prodotti o le materie prime necessarie alla loro produzione. Spesso, è responsabile degli acquisti dei servizi riguardanti il magazzino e di quelli riguardanti le attrezzature e gli impianti industriali. Si occupa anche di fare ricerche di mercato per stabilire le zone dove è preferibile aprire i punti vendita ed il tipo di clientela maggiormente interessata ai prodotti in vendita.

È preferibile la laurea in Economia e Commercio.

5.1.4 Area Magazzino

In quest'area vengono svolte tutte le attività direttamente connesse al ricevimento della merce dai fornitori, al loro spostamento e alla loro collocazione all'interno dell'azienda, alla spedizione di merce verso altre destinazioni. Tutte queste attività vengono esercitate da un'unica figura, il magazziniere.

Magazziniere

È specializzato nella ricezione, stoccaggio e spedizione di merci in imprese di produzione o distribuzione. Le sue attività possono essere: carico-scarico di camion o vagoni ferroviari, controllo dell'esattezza dei documenti di trasporto, preparare i documenti di trasporto in caso di spedizione, collocare la merce in magazzino, consegnare la merce ad altri reparti dell'azienda,

collaborare alla verifica dell'esistenza della merce in magazzino in caso di inventario. La sua attività si svolge principalmente in magazzino.

È necessario un diploma di scuola superiore a indirizzo amministrativo o un precedente apprendistato. Ci vuole una buona capacità di lavorare autonomamente, di organizzazione, di collaborazione e molta precisione.

5.1.5 Area Operativa

In quest'area si trovano le figure professionali (cassiere, macellaio, fruttivendolo, gastronomo, erborista, panificatore, pasticciere, intermediario del commercio) che hanno a che fare più direttamente con l'acquirente che compra i prodotti del punto vendita.

Cassiere

Svolge le funzioni di registrazione delle vendite utilizzando, spesso, i lettori ottici dei codici a barre e rilasciando la ricevuta di pagamento e gli eventuali documenti per il trasporto delle merci. Talvolta, confeziona la merce in uscita. Controlla la corrispondenza tra gli incassi registrati dagli scontrini fiscali e quelli effettivi. Assiste il cliente nelle operazioni di pagamento tramite POS e carte di credito. Consegna il denaro incassato al supervisore di cassa o in amministrazione (nel caso di esercizi piccoli, il denaro viene depositato in banca). Nei grandi magazzini, un compito fondamentale del cassiere è l'assistenza alla clientela (verifica dei prezzi, cambio di denaro, comunicazioni con altri responsabili e addetti).

È presente soprattutto negli esercizi medio-grandi.

Deve avere nozioni di contabilità di base e deve saper utilizzare le tecnologie per la registrazione della merce in uscita e per la riscossione dei pagamenti. Deve avere una notevole capacità relazionale per il suo ruolo di orientamento e di guida verso il cliente.

Fruttivendolo

Si occupa di ordinare, lavare e vendere la frutta e la verdura.

Occorre molta esperienza e, naturalmente, una buona conoscenza dei prodotti ortofrutticoli.

Non è richiesto un particolare titolo di studio.

Gastronomo

Si occupa del rifornimento del banco e lo mantiene pulito assieme agli spazi espositivi. Mantiene la merce fresca eliminando le parti compromesse dall'esposizione all'aperto e proteggendole tutte le sere. Separa i prodotti per facilitare la clientela nella scelta. Taglia i prodotti sulla base delle richieste del cliente. Assiste il cliente fornendogli tutte le informazioni delle quali abbia bisogno riguardo al prodotto.

Deve conoscere gli elementi di merceologia di settore, l'origine, i metodi di produzione, i tipi di stagionatura e le possibilità di utilizzo dei prodotti., gli elementi di organizzazione aziendale in un'impresa della distribuzione, le procedure di stoccaggio e di conservazione delle merci, gli elementi di organizzazione del magazzino, il sistema Haccp, la normativa sulla sicurezza e l'igiene nei luoghi di lavoro e le attrezzature che egli utilizza nel suo lavoro. Come capacità, deve saper gestire i tempi di lavoro e la clientela, deve sapere usare l'affettatrice e mantenerla pulita. Deve avere buone doti di cortesia, educazione, flessibilità e predisposizione al lavoro routinario.

Non è richiesto un particolare titolo di studio.

Macellaio

Acquista la carne dai fornitori e la vende al cliente dopo averla tagliata in base alle richieste del cliente stesso. Oltre a queste attività principali, ve ne sono molte altre. In particolare, il macellaio deve sapere individuare i difetti della merce, deve controllare che la merce sia conservata sempre alla stessa temperatura, deve sistemare e separare la merce nella cella frigorifera, deve mantenere puliti il banco, gli spazi espositivi e i contenitori della merce e deve predisporre i cartellini dei prezzi con tutte le informazioni sui prodotti. L'abbigliamento del macellaio deve sempre essere pulito. Alla sera, pulisce e sanifica l'ambiente ed i contenitori della merce e sistema i prodotti invenduti nella cella frigorifera.

Deve avere conoscenze di merceologia del settore, degli elementi di base del sistema Haccp, delle procedure di stoccaggio e di refrigerazione, delle norme sulla sicurezza e l'igiene nei luoghi di lavoro, delle tipologie di coltelli, degli elementi di marketing, degli elementi di organizzazione aziendale, delle procedure di lavorazione delle carni, degli elementi di base dell'anatomia degli animali. Come abilità personali, servono molta manualità, attenzione, precisione ed affidabilità.

Non è richiesto un particolare titolo di studio.

Erborista (tratto dal sito www.provincia.fe.it)

Si occupa della cura di piccoli disturbi delle persone, come raffreddori e problemi digestivi. A questo scopo, vende prodotti appositi come parti di piante, radici, fiori e loro derivati, prodotti cosmetici ed alimentari ma può anche consigliare delle ricette per ottenere delle sostanze officinali miscelando e distillando le erbe. Va comunque sottolineato che qualsiasi prodotto destinato a terapie o a medicamento può essere venduto solo da un farmacista.

Deve saper controllare la trasformazione, l'uso e la commercializzazione dei prodotti che vende. Deve conoscere anche le caratteristiche e le modalità di coltivazione delle piante, oltre alla normativa farmaceutica ed erboristica. Deve avere una buona predisposizione ai rapporti con la gente.

Deve avere seguito un corso di laurea in "Tecniche erboristiche", che è presente in alcune facoltà di Farmacia e di Agraria.

Panificatore (tratto dal sito www.provincia.fe.it)

Produce pane ed altri prodotti da forno, come torte, biscotti, piccola pasticceria, torte salate e pizzette. Questa attività viene svolta in orario notturno e prevede di miscelare gli ingredienti (farina, lievito, sale, ecc.), di lasciare lievitare l'impasto, di modellarlo e di cuocerlo in forno. Se l'attività di panificatore viene esercitata in botteghe che effettuano la vendita diretta al pubblico, può anche servire i clienti al banco. Se il panificatore lavora autonomamente, si occupa anche dell'acquisto delle materie prime e degli aspetti contabili, amministrativi e fiscali.

Deve conoscere bene le caratteristiche degli ingredienti utilizzati negli impasti ed i tempi di lievitazione e di cottura. Deve sapere usare correttamente le attrezzature necessarie al suo lavoro e deve sapere effettuare piccole manutenzioni su di esse. Deve avere una buona manualità e, se lavora al banco, deve avere una buona predisposizione al rapporto con la clientela.

Non è richiesto un particolare titolo di studio.

Pasticcere (tratto dal sito www.professioni.info)

Prepara dolci, in bar, pasticcerie o laboratori di pasticceria non aperti al pubblico.

Prevede la quantità delle materie prime necessarie, le ordina, le controlla e le immagazzina. Poi, utilizza tali ingredienti per preparare i dolci.

Servono buona manualità, attenzione all'igiene e capacità di pianificazione e di organizzazione

Per esercitare questa professione occorre avere seguito un corso di formazione specifico.

Intermediario del commercio

L'intermediario del commercio è una figura professionale di cui, talvolta, si avvale il commerciante e che propone e conclude la vendita di prodotti e servizi. Può essere sia un lavoratore dipendente sia un lavoratore autonomo e può avere con l'azienda per la quale lavora diversi tipi di contratto. Inoltre, può lavorare come ditta individuale, società, libero professionista o istituire un'Agenzia di rappresentanza con la presenza di dipendenti e collaboratori.

Gli intermediari del commercio si dividono in due categorie:

- 1) agenti di commercio, i quali promuovono le vendite in una determinata zona;
- 2) rappresentanti di commercio, che concludono le vendite in una determinata zona

L'agente/rappresentante fissa gli appuntamenti con la clientela della sua zona utilizzando il telefono fisso, il telefono cellulare ed il fax. Deve cercare di minimizzare il tempo e le spese di trasporto per raggiungere i vari clienti. Al cliente deve spiegare dettagliatamente le

caratteristiche del prodotto per stimolarne l'acquisto. Dopo che il cliente ha accettato l'acquisto, le parti discutono le modalità di pagamento, il tipo di trasporto ed eventuali sconti e viene steso l'ordine. A seconda del contratto tra l'intermediario e l'azienda venditrice, l'importo dovuto dal cliente può essere riscosso o meno dall'intermediario stesso. Successivamente, l'ordine viene trasmesso via posta, fax o per via informatica all'azienda venditrice che poi consegna la merce al cliente. C'è, poi, una fase di post-vendita, nella quale l'intermediario offre consulenza al cliente nel caso egli incontrasse dei problemi nell'utilizzo della merce; in particolare, se la ditta mandante è d'accordo, nel caso la merce sia in garanzia provvede al suo rientro in azienda ed alla sua sostituzione o apre una procedura di non conformità. Nella sua attività, l'agente/rappresentante non ha vincoli di orario.

In questa professione, è importante la conoscenza del mercato di riferimento per deviare eventuali preferenze del cliente verso altre ditte. L'intermediario deve conoscere benissimo Internet e i motori di ricerca perché sono strumenti indispensabili per lo studio del settore. Deve anche avere una buona capacità relazionale perché è sempre in rapporto con gli altri.

Per svolgere la professione di intermediario del commercio occorre essere iscritti al Ruolo degli Agenti e Rappresentanti di Commercio. Nel caso l'intermediario rappresenti una società, deve possedere almeno uno dei seguenti requisiti:

- 1) avere frequentato con esito positivo un apposito corso istituito o riconosciuto dalle Regioni;
- 2) avere lavorato, per almeno due anni entro i primi cinque dalla data di presentazione della domanda di lavoro, alle dipendenze di un'impresa come lavoratore piazzista, ovvero come lavoratore subordinato diretto dal datore di lavoro sul quale ricade il rischio economico e giuridico, oppure come addetto al settore vendite;

possedere un diploma di scuola secondaria di secondo grado di indirizzo commerciale o una laurea in ambito commerciale o giuridico

5.2 La situazione per il commercio all'ingrosso

5.2.1 Il "focus group" sui commercianti all'ingrosso

Al "focus group" hanno partecipato sei commercianti all'ingrosso di aziende con 2 addetti.

La loro attività si può suddividere in tre aree funzionali: amministrazione, area commerciale, area marketing.

Nell'area amministrativa si svolgono attività che spaziano dalla contabilità alla gestione del personale.

Per quanto riguarda l'area commerciale, ci sono le fasi di acquisto dai fornitori, la vendita e la consegna/spedizione. Il commerciante sceglie, tra i vari fornitori che ha a disposizione, quello che gli offre il miglior rapporto qualità-prezzo. Poi, acquista i prodotti dai fornitori andandoci di persona o delegando altre persone. Il prezzo di vendita viene deciso dal mercato: bisogna vendere la merce ad un prezzo non troppo alto rispetto a quello del mercato, altrimenti non viene acquistata. Alle volte, si può differenziare il prezzo in base al cliente e questo dipende dalla strategia di vendita. Il ricavato finale del grossista si fonda proprio su acquisto e vendita. Nella consegna della merce si può usare una rete propria di mezzi oppure il corriere. C'è anche una parte di post-vendita, che comprende i rapporti con la clientela dopo la vendita. Il commerciante deve saper mantenere la fiducia dei propri clienti nei suoi confronti. Per fare questo, deve essere sempre disponibile a fornire loro consigli nel caso siano in difficoltà nell'utilizzo della merce acquistata o se devono acquistare altro. Se il prodotto acquistato è in garanzia bisogna fornire al cliente un'adeguata assistenza. Nel caso di clienti morosi, bisogna essere solleciti nella richiesta di pagamento senza rischiare di perdere il cliente.

Per quanto riguarda l'area marketing, essa può essere considerata secondo tre prospettive che corrispondono ai vari significati della parola marketing:

- 1) analisi del mercato;
- 2) ricerca sui prodotti;
- 3) pubblicità

Il primo punto consiste nell'analizzare l'andamento del mercato per valutare dove, quando ed in che modo è meglio andare ad operare. Il secondo punto consiste nel saper innovare facendo una continua ricerca di nuovi prodotti per restare competitivi sul mercato. Bisogna inoltre fare un'adeguata pubblicità del proprio prodotto: questo può avvenire tramite cartelloni pubblicitari, spot su radio e tv, spazi sui giornali.

Per quanto riguarda le figure professionali, possiamo trovare il titolare, che coordina tutta l'attività dell'azienda. Molto importante è, poi, il ruolo svolto dalla segretaria, che si occupa dell'attività amministrativa. Deve controllare il bilancio tenendo conto anche della parte fiscale. In ogni azienda c'è una parte fiscale molto importante, per cui ci vuole una persona che sappia gestire tutta quest'area usando il computer, conoscendo le regole bancarie e fiscali, instaurando un rapporto di fiducia con i commercialisti. Deve avere preferibilmente una laurea in materie economiche, deve inoltre conoscere discretamente l'inglese e benissimo l'ambiente Microsoft Office. È preferibile che conosca anche Basilea 2, un nuovo sistema bancario con cui le aziende devono spesso confrontarsi. Nei paesi aderenti a questo sistema (più di cento), le banche sono tenute ad accantonare quote di capitale proporzionali al rischio derivante dai vari rapporti di credito assunti. Il rischio derivante da tutto ciò è che le banche facciano meno credito alle imprese più rischiose, soprattutto le PMI.² Si tiene conto anche della sua eventuale provenienza da lavori o studi precedenti nel ramo amministrativo-contabile: in genere, non si assume mai una persona appena laureata, anche con 110 e lode, se non ha acquisito esperienza. C'è poi la parte della selezione e gestione del personale. Dopo avere reclutato il personale, bisogna formarlo. Proprio perché la segretaria deve rapportarsi con moltissime persone, deve assolutamente avere buone doti di cortesia e disponibilità.

Nel focus si è anche dibattuto del ruolo che deve avere l'Università nella preparazione del personale. In particolare, i commercianti hanno lamentato una scarsa preparazione, dovuta a loro avviso soprattutto al nuovo sistema del "tre + due" (3 anni di laurea breve + 2 di specialistica). Con questo sistema, infatti, gli studenti che hanno fatto la laurea breve hanno troppo pochi anni di studio alle spalle. L'Università, dal canto suo, ha tentato di ovviare in parte a questo problema rendendo obbligatorio per tutti gli studenti un periodo di stage presso un'azienda, proprio per abituarli alla futura realtà lavorativa.

5.2.2 Risultati delle interviste telefoniche ai commercianti all'ingrosso

Le figure professionali del commercio all'ingrosso si dividono fra le aree: direzione, amministrazione e sistemi informativi, commerciale, magazzino e logistica, servizi generali (vedi tabella 5.2).

Tabella 5.2 *Figure professionali del commercio all'ingrosso per area funzionale.*

² Tutte queste informazioni su Basilea 2 sono state tratte dal sito "www.basilea2.com"

Area funzionale	Figure professionali
Area Direzione	Titolare
	Direttore generale
	Amministratore
	Capo catena
	Direttore del catering
	Direttore della contabilità
	Direttore della logistica
	Direttore di supermercato
	Responsabile degli acquisti
	Responsabile commerciale
	Responsabile finanziario
	Area Amministrativa e Sistemi Informativi
Contabile	
Responsabile del personale	
Addetto al recupero dei crediti	
Assistente al direttore generale	
Addetto alla contabilità generale	
Capo contabile	
CED	
Impiegato amministrativo	
Addetto agli acquisti	
Gestore di pacchetti	
Area Commerciale	
	Commesso
	Area manager
	Direttore di vendita
	Impiegato commerciale
	Segretario del direttore di vendita
	Agente di vendita
	Ispettore del punto vendita
	Responsabile della promozione nei punti vendita
	Responsabile della vendita catering
	Addetto alla vendita catering
	Addetto al reparto fresco

	Cassiere
	Addetto al controllo delle vendite
	Intermediario del commercio
	Macellaio
Area Magazzino e Logistica	Magazziniere
	Autista
	Preparatore
	Buyer
	Capo buyer
Area Servizi Generali	Addetto al centralino
	Addetto alle pulizie

5.2.2.1 Area Direzione

In quest'area si concentrano le professionalità che controllano l'azienda dal punto di vista operativo e da quello finanziario. Ci sono le figure del titolare (per il coordinamento generale), del direttore generale (che supporta il titolare nella gestione amministrativa e finanziaria), dell'amministratore, del capo catena (che controlla l'attività di tutti i punti vendita dell'azienda), del responsabile degli acquisti, del direttore della logistica (che gestisce i flussi di merce da/per l'azienda), del direttore di supermercato, del direttore del catering e del responsabile commerciale.

Titolare

Coordina tutte le attività dell'azienda e si occupa della gestione finanziaria. È il responsabile generale di tutta l'attività dell'azienda. Nei piccoli esercizi, il titolare assume anche tutte le funzioni dell'area amministrativa.

Deve avere buone doti organizzative e di leadership.

È preferibile possedere una laurea in Economia e Commercio.

Direttore generale

Si occupa delle attività amministrative e finanziarie e coordina il personale.

È consigliato il diploma in Ragioneria.

Amministratore

È il responsabile degli acquisti e del direttore generale.

Deve essere in grado di valorizzare il personale e di relazionarsi bene con tutti.

È consigliato il diploma in Ragioneria.

Capo catena

Coordina i capi area, controlla il personale e gli orari di lavoro dei vari punti vendita appartenenti alla catena commerciale della quale egli fa parte.

Deve conoscere accuratamente le problematiche relative ai negozi e alla merce.

Come titolo di studio, è consigliato un diploma in Lingue o una laurea in Economia.

Direttore del catering (tratto dal sito www.cwi.it)

È responsabile del reparto catering. In questo reparto vengono svolte le attività relative alla consegna e alla distribuzione di generi alimentari per clienti che operano nei settori della ristorazione collettiva (ad esempio, mense, bar, ristoranti, pizzerie) e commerciale

È consigliato il diploma in Ragioneria.

Direttore della logistica

Gestisce il flusso dei materiali da e per l'impresa, organizzando il loro stoccaggio e la loro movimentazione.

Deve avere conoscenze di gestione aziendale e di organizzazione di sistemi informatici. Servono, inoltre, capacità di comprendere l'andamento del mercato e di negoziazione.

È consigliata la laurea in Economia, in Ingegneria o in Scienze Politiche.

Direttore di supermercato (tratto dal sito “job.cdc.it”)

È responsabile di tutta l’attività del supermercato. In particolare, dirige il personale e l’area finanziaria del punto vendita, supervisiona e coordina l’attività del punto vendita stesso, amministra il personale e pianifica le attività inerenti alla vendita dei prodotti.

È consigliato il diploma in Ragioneria.

Responsabile degli acquisti

Definisce le caratteristiche, le quantità, i tempi di consegna e di pagamento dei vari prodotti. Si occupa di selezionare i fornitori, di controllare il rispetto dei suoi impegni, di reperire la merce.

Deve avere conoscenze di scienze economiche, di analisi del mercato, di gestione del bilancio, di discipline merceologiche, di contrattualistica commerciale e di sistemi finanziari. Deve conoscere molto bene le tecnologie dell’informazione perché deve gestire e diffondere una mole notevole di dati informatici.

Sono consigliati un diploma di scuola media superiore o la laurea in scienze economiche.

Responsabile commerciale

Gestisce autonomamente il processo di vendita per incrementare le possibilità di business. Per ottenere tutto ciò deve pianificare le strategie commerciali migliori, contatta la clientela potenziale e tutte le condizioni di vendita. È alle dirette dipendenze del direttore commerciale.

Deve essere diplomato o laureato, deve avere buone conoscenze di economia e marketing, deve avere avuto esperienze commerciali nella gestione/acquisizione di clienti. Deve, inoltre, conoscere benissimo il mercato in cui va ad operare. Spesso, è richiesta la conoscenza della lingua inglese. Deve, ovviamente, essere disponibile a spostarsi fuori sede. Altre caratteristiche personali importanti sono le capacità organizzative e relazionali, la predisposizione alla mediazione, la flessibilità, l’autonomia e il dinamismo.

5.2.2.2 Area Amministrativa e Sistemi Informativi

In quest'area viene controllato e registrato l'andamento economico dell'azienda. Viene fatta la contabilità e vengono controllate le entrate e le uscite. Ci sono le figure del responsabile amministrativo, del contabile (che gestisce la contabilità), del responsabile finanziario, del direttore della contabilità, del capo contabile (che controlla la correttezza dell'attività contabile), dell'impiegato amministrativo, dell'addetto agli acquisti, dell'assistente al direttore generale, del responsabile del personale (che cura la selezione e la formazione del personale ed e gestisce i rapporti sindacali con il personale stesso), dell'addetto al recupero dei crediti, dell'addetto alla contabilità generale, del CED e del gestore di pacchetti (che gestisce tutti gli aspetti informatici legati all'attività dell'azienda).

Responsabile finanziario

Controlla le varie aree dell'azienda, in particolar modo quella finanziaria.

Deve avere buone conoscenze di marketing e spirito imprenditoriale.

Direttore della contabilità

Registra i movimenti contabili e controlla l'applicazione delle procedure amministrative.

Verifica la correttezza delle procedure contabili e garantisce che siano soddisfatti gli adempimenti fiscali e societari. Verifica i finanziamenti concessi all'azienda e gestisce i rapporti con banche e fornitori. Redige, inoltre, il bilancio. Risponde al responsabile amministrativo.

Deve avere nozioni di contabilità generale, della normativa fiscale e civilistica. Deve conoscere il pacchetto Office ed i software specifici per la contabilità.

Come titolo di studio, sono consigliati il diploma di tecnico commerciale e la laurea in Economia e Commercio.

Deve avere già una notevole esperienza come contabile.

Come caratteristiche personali, servono capacità analitica, attitudine a lavorare per scadenze, capacità di organizzazione e di gestione di un gruppo di persone.

Responsabile amministrativo

È responsabile di tutto il settore amministrativo dell'azienda. Utilizza i dati contabili per compilare report, per redigere il bilancio e per la dichiarazione dei redditi. Controlla lo scoperto dei clienti e coordina le azioni di recupero del contenzioso.

Sono necessarie conoscenze di contabilità generale, della metodologia d'amministrazione e della normativa fiscale, civilistica e societaria. Il responsabile amministrativo deve inoltre conoscere il pacchetto Office, i sistemi di gestione integrata ed i software specifici per la contabilità.

Come titolo di studio, è necessaria una laurea ad indirizzo economico.

Come abilità personali, servono capacità organizzativa e di risoluzione di problemi operativi, doti di leadership e tolleranza dello stress.

Contabile

Gestisce tutta la parte contabile dell'azienda, quindi partita doppia, IVA, dichiarazioni, rapporti con le banche, pagamenti, fisco.

Ci vuole molta precisione e capacità di lavorare per scadenze.

È consigliato il diploma in Ragioneria.

Responsabile del personale

Il compito di questa figura professionale è seguire il personale dell'azienda in ogni momento, occupandosi in generale di tutti gli aspetti riguardanti la selezione, la formazione, lo sviluppo delle professionalità del personale e le relazioni sindacali, gestendo tutti gli aspetti legali, fiscali, contributivi e sindacali legati alla loro retribuzione e fornendo loro tutte le informazioni tecniche legate alla loro retribuzione. Stende il budget dei costi del personale ed elabora i dati per la stesura del bilancio di esercizio aziendale. Fa i colloqui di selezione e si occupa delle assunzioni

e dei licenziamenti. Lavora assieme a dei collaboratori ed è in continuo contatto con i responsabili regionali e centrali delle risorse umane (tratto dal sito www.auchan.it).

Servono flessibilità, velocità mentale e buone doti relazionali. Il responsabile del personale deve inoltre conoscere le tecniche di selezione e di valutazione del personale. È richiesta una discreta conoscenza della lingua inglese.

Sono consigliati il diploma di Ragioneria ed una laurea in ambito giuridico-amministrativo o in Psicologia del Lavoro.

Addetto al recupero dei crediti

Contatta i creditori e si occupa di tutte le procedure amministrative e finanziarie per recuperare i crediti.

Deve avere molta pazienza.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Assistente al direttore generale

Supporta l'attività del direttore generale, gestisce la corrispondenza, è l'interfaccia del direttore generale verso gli altri amministratori e gestisce gli automezzi aziendali.

Deve avere una buona predisposizione al lavoro autonomo.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Addetto alla contabilità generale

Scrive le prime note contabili. La prima nota è un sistema informatico per gestire la contabilità aziendale che permette, di definire tutte le tipologie di movimenti contabili attraverso un sistema di inserimento guidato dei dati.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Capo contabile

Registra i movimenti contabili e controlla l'applicazione delle procedure amministrative. Verifica la correttezza delle procedure contabili e garantisce che siano soddisfatti gli adempimenti fiscali e societari. Verifica i finanziamenti concessi all'azienda e gestisce i rapporti con banche e fornitori. Redige, inoltre, il bilancio. Risponde al responsabile amministrativo.

Deve avere nozioni di contabilità generale, della normativa fiscale e civilistica. Deve conoscere il pacchetto Office ed i software specifici per la contabilità.

Come titolo di studio, sono consigliati il diploma di tecnico commerciale e la laurea in Economia e Commercio. Deve avere già una notevole esperienza come contabile.

Come caratteristiche personali, servono capacità analitica, attitudine a lavorare per scadenze, capacità di organizzazione e di gestione di un gruppo di persone.

CED

Gestisce la programmazione dei personal computer.

Deve avere, naturalmente, una buona competenza nella programmazione e deve essere in grado di proporre innovazioni tecniche.

Impiegato amministrativo

Si occupa di tutte le attività amministrative dell'azienda, gestendo la contabilità generale (controllo e registrazione delle fatture, controllo e contabilizzazione degli incassi e delle spese, gestione delle operazioni di pagamento, gestione degli adempimenti fiscali e previdenziali, fatturazione e bollettazione, gestione del rapporto con le banche). Spesso, inserisce i dati sulla contabilità in sistemi informatici aziendali. Redige periodicamente dei report sulla situazione contabile e sui risultati aziendali raggiunti.

Deve conoscere le nozioni di base di ragioneria, la normativa sull'Iva e le metodologie per l'archiviazione delle pratiche di fatturazione. Deve inoltre conoscere il pacchetto Office ed i software specifici per la contabilità. Servono precisione, buone doti organizzative, flessibilità, capacità di lavorare in gruppo, propensione al lavoro routinario e buona dialettica.

Come titolo di studio, è necessario il diploma di Ragioneria o di Tecnico della gestione aziendale ma è vivamente consigliata la laurea in Economia e Commercio.

Addetto agli acquisti

Costruisce le collezioni della merce, si occupa delle promozioni e dello spostamento della merce da/per altri punti vendita.

Deve conoscere bene la merce ed il mercato di riferimento.

È consigliato quasi sempre il diploma.

Gestore di pacchetti (tratto dal sito www.cartesiosys.com)

Gestisce il pacchetto gestionale e risolve i problemi dei personal computer. Crea i programmi informatici necessari, inserisce i dati, li controlla e li analizza.

Deve conoscere benissimo i sistemi informatici ed essere sempre aggiornato sugli sviluppi del mercato informatico.

È consigliato il diploma in Ragioneria.

5.2.2.3 Area Commerciale

In quest'area vengono svolte tutte le attività legate alla vendita dei prodotti. Ci sono le figure del direttore di punto vendita, dell'addetto al reparto fresco, del capo area commerciale (che è il responsabile di tutta l'area), del direttore di vendita (che coordina l'area), del segretario del direttore di vendita (che aiuta il direttore di vendita), dell'area manager (che controlla che nell'area vengano seguite le direttive aziendali), del commesso, dell'agente di vendita (che va presso determinati clienti a proporre acquisti), dell'impiegato commerciale (che si occupa del rapporto con la clientela e carica gli ordini di acquisto), del responsabile della promozione,

dell'ispettore del punto vendita (che controlla la sicurezza nel punto vendita), del responsabile della vendita catering e dell'addetto alla vendita catering, del cassiere, dell'addetto al controllo delle vendite, dell'intermediario del commercio e del macellaio.

Addetto al reparto fresco

Si occupa del reparto dei prodotti freschi. Mantiene puliti il banco e gli spazi espositivi, separa i generi alimentari per facilitare il cliente nella scelta, elimina le parti della merce compromesse dall'esposizione all'aria e le protegge tutte le sere, taglia la merce sulla base delle richieste del cliente, cura il rifornimento del banco. Risponde ai dubbi del cliente riguardo alla merce ed al suo utilizzo.

Deve conoscere bene i prodotti, compresi la loro stagionatura, la loro origine, le tecniche produttive e il loro utilizzo. Come competenze personali, sono importanti l'accoglienza e l'assistenza al cliente qualora egli abbia bisogno di qualsiasi informazione riguardo alla merce.

È consigliato il diploma di Ragioneria

Cassiere

Registra le vendite utilizzando, spesso, i lettori ottici dei codici a barre e rilascia la ricevuta di pagamento e gli eventuali documenti per il trasporto delle merci. Assiste il cliente nelle operazioni di pagamento tramite POS e carte di credito. Fa anche un controllo di corrispondenza tra gli incassi registrati e quelli effettivi. Consegna il denaro incassato in amministrazione.

È presente soprattutto negli esercizi medio-grandi.

Deve conoscere le tecnologie per la registrazione della merce in uscita e per la riscossione dei pagamenti. Deve buone doti comunicative per il suo ruolo di guida verso il cliente.

Direttore di punto vendita

È responsabile del corretto funzionamento del punto vendita. Dirige tutto il personale e tutta l'area finanziaria del punto vendita. Cura gli orari di apertura e di chiusura, controlla che non vengano intralciate le operazioni di rifornimento, controlla che le operazioni di compravendita avvengano correttamente, se necessario autorizza l'entrata e/o l'uscita di derrate alimentari fuori orario, accerta la specie, la varietà e la quantità della merce agli operatori che vendono su posto fisso, cura la buona conservazione dei prodotti, controlla il regolare svolgimento delle operazioni di facchinaggio, dispone la vigilanza contro i furti, cura l'esecuzione delle disposizioni sanitarie, allontana le persone che ostacolano il funzionamento corretto del punto vendita.

Deve avere buone conoscenze sulla gestione amministrativa, commerciale e del personale del punto vendita, oltre a buone capacità di coordinamento.

Per svolgere questa professione, è consigliato quasi sempre il diploma.

Macellaio

Acquista la carne dai fornitori e la vende al cliente dopo averla tagliata in base alle richieste del cliente stesso. Oltre a queste attività principali, ve ne sono molte altre. In particolare, il macellaio deve sapere individuare i difetti della merce, deve controllare che la merce sia conservata sempre alla stessa temperatura, deve sistemare e separare la merce nella cella frigorifera, deve mantenere puliti il banco, gli spazi espositivi e i contenitori della merce e deve predisporre i cartellini dei prezzi con tutte le informazioni sui prodotti. L'abbigliamento del macellaio deve sempre essere pulito. Alla sera, pulisce e sanifica l'ambiente ed i contenitori della merce e sistema i prodotti invenduti nella cella frigorifera.

Deve avere conoscenze di merceologia del settore, degli elementi di base del sistema Haccp, delle procedure di stoccaggio e di refrigerazione, delle norme sulla sicurezza e l'igiene nei luoghi di lavoro, delle tipologie di coltelli, degli elementi di marketing, degli elementi di organizzazione aziendale, delle procedure di lavorazione delle carni, degli elementi di base dell'anatomia degli animali. Come abilità personali, servono molta manualità, attenzione, precisione ed affidabilità. Non è richiesto un particolare titolo di studio.

Capo area commerciale

Controlla che in una serie di punti vendita vengano raggiunti gli obiettivi prefissati dalla Direzione Generale dell'azienda commerciale, alla quale deve rispondere.

Come competenze, deve avere una buona conoscenza dei prodotti dei quali è responsabile, deve sapere essere attento all'andamento del mercato di riferimento, deve avere una buona capacità di decidere autonomamente, deve essere portato al lavoro di squadra ed a governare eventuali collaboratori, deve avere sensibilità commerciale, deve conoscere bene il sistema informativo utilizzato nell'azienda. Deve essere anche disponibile alla mobilità territoriale.

Come titolo di studio, è consigliato il diploma di scuola media superiore.

È gradita la conoscenza di una lingua straniera (inglese, francese o tedesco).

Commesso

Segue il cliente che viene ad acquistare la merce nel punto vendita: gli fornisce i dovuti chiarimenti sulla merce e lo consiglia nella scelta dei prodotti. Controlla anche che non accadano furti di merce, mantiene in ordine la merce e controlla anche che il punto vendita sia adeguatamente rifornito dei prodotti.

Area manager (tratto dal sito www.umana.it)

È responsabile per una determinata area dello sviluppo delle direttive aziendali finalizzate ad incrementare le vendite. Determina le spese necessarie per ottimizzare le performance del personale e controlla l'utilizzo di queste risorse economiche. Coordina gli agenti ed i rivenditori.

Deve avere una buona padronanza delle tecniche di vendita e capacità di gestire il personale. Sono necessarie buone doti relazionali.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Direttore di vendita

Coordina tutta l'attività commerciale. Collabora alla definizione di piani e programmi per il raggiungimento degli obiettivi generali e commerciali che l'azienda si prefigge. Verifica la correttezza delle politiche distributive e propone le eventuali modifiche che si rendessero

necessarie. Organizza, coordina e controlla le attività del settore vendite. Cura moltissimo la motivazione e la professionalità del personale (anche sostenendolo da vicino nei lavori più impegnativi) appartenente a questo settore.

Impiegato commerciale

Intrattiene i rapporti con i clienti, carica gli ordini ed emette le bolle di accompagnamento.

Deve avere buone doti relazionali.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Segretario del direttore di vendita

Supporta il direttore nella sua attività ed organizza congressi ai quali i clienti vengono invitati a partecipare per conoscere i nuovi prodotti.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Agente di vendita

Svolge un ruolo di mediazione commerciale tra imprese o grossisti ed altre imprese commerciali, proponendo a queste ultime l'acquisto di determinati prodotti. Gli agenti di vendita si dividono in due categorie: agenti di commercio e rappresentanti di commercio.

Mentre l'agente di commercio si limita a recepire gli ordini, a riscuotere la somma dovuta e talvolta a consegnare la merce, il rappresentante effettua anche la ricerca del cliente, con il quale definisce il contratto, e informa il produttore sull'andamento del mercato.

È un lavoratore autonomo, talvolta parasubordinato.

Il tempo di lavoro dipende dal territorio in cui opera, dalla clientela con cui si relaziona, dalle tecniche che usa nella sua attività, dal contratto che ha con la sua azienda.

Deve conoscere benissimo le caratteristiche dei prodotti che propone alla clientela. Deve avere molta capacità relazionale.

Come titolo di studio, non ci sono vincoli ma è necessaria l'iscrizione al ruolo della Camera di Commercio.

Ispettore punto vendita

Effettua visite periodiche di controllo nel punto vendita per controllare che esso risponda a tutti gli attuali parametri di sicurezza.

È consigliato il diploma in Ragioneria.

Responsabile della promozione nei punti vendita

Garantisce la visibilità dei punti vendita. Decide tutte le operazioni per pubblicizzare il punto vendita e le offerte promozionali sui prodotti.

È consigliato il diploma in Ragioneria.

Responsabile della vendita catering

Controlla l'attività degli agenti catering, che consegnano e vendono generi alimentari per clienti che operano nella ristorazione.

È consigliato il diploma in Ragioneria.

Addetto alla vendita catering

Promuove i prodotti tipici del catering. Si occupa di consegnare e vendere generi alimentari per clienti che operano nella ristorazione collettiva (mense, bar, ristoranti, ecc.) e commerciale.

È consigliato il diploma in Ragioneria.

Intermediario del commercio

Vedere il paragrafo 5.1.5.

5.2.2.4 Area Magazzino e Logistica

In quest'area vengono svolte tutte le attività direttamente connesse alla spedizione della merce da/all'azienda. Ci sono le figure del magazziniere, dell'addetto al controllo di qualità (che controlla il processo produttivo), del preparatore, del buyer, del capo buyer e dell'addetto agli acquisti.

Magazziniere

È specializzato nella ricezione, stoccaggio e spedizione di merci in imprese di produzione o distribuzione. Le sue attività possono essere: carico-scarico di camion o vagoni ferroviari, controllo dell'esattezza dei documenti di trasporto, preparare i documenti di trasporto in caso di spedizione, collocare la merce in magazzino, consegnare la merce in altri reparti dell'azienda, collaborare alla verifica dell'esistenza della merce in magazzino in caso di inventario. La sua attività si svolge principalmente in magazzino.

È necessario un diploma di scuola superiore a indirizzo amministrativo o un precedente apprendistato. Ci vuole una buona capacità di lavorare autonomamente, di organizzazione, di collaborazione e molta precisione.

Autista

Guida il camion che trasporta la merce dall'azienda di cui l'autista fa parte ad un'altra o viceversa. Carica e scarica la merce sul camion, quando necessario assieme ad altre persone. Quando scarica la merce in aziende diverse dalla sua, l'autista fa firmare la bolla di accompagnamento della merce stessa, che è un documento attestante i prodotti trasportati, l'azienda di provenienza e l'azienda di destinazione.

Preparatore

Va a prendere la merce ordinata e la prepara per la spedizione.

Buyer

In un'azienda e in Internet nei marketplace indica l'acquirente o azienda acquirente. Compra i prodotti dal fornitore con cui si mantiene sempre in contatto.

In un marketplace, B2B (business-to-business), corrisponde dunque all'azienda che compra prodotti o servizi da un fornitore (seller) (vedi www.i-dome.com).

A causa della continua evoluzione dello scenario competitivo mondiale, gli acquirenti devono sviluppare una buona analisi del mercato che permetta di scegliere i fornitori sulla base dei parametri costo, tempi, qualità e capacità di innovazione.

Capo buyer

È responsabile delle attività dei buyers e li coordina dicendo loro cosa devono acquistare, in che modo e da chi.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Addetto agli acquisti

Costruisce le collezioni della merce, si occupa delle promozioni e dello spostamento della merce a/per altri punti vendita.

Deve conoscere bene la merce ed il mercato di riferimento.

È consigliato quasi sempre il diploma.

5.2.2.5 Area Servizi Generali

È un'area multifunzionale al servizio dell'intera azienda. Vi si trovano le figure dell'addetto al centralino (che rappresenta l'interfaccia telefonica dell'azienda con il pubblico) e dell'addetto alle pulizie.

Addetto al centralino

Rappresenta l'interfaccia telefonica dell'azienda verso l'esterno. Le sue attività sono rispondere al telefono fornendo le dovute informazioni sull'azienda e smistare le chiamate tra le varie postazioni telefoniche che si trovano all'interno dell'azienda stessa.

Deve possedere una discreta conoscenza dei principali strumenti informatici. Come competenze personali, serve una buona predisposizione ai rapporti interpersonali.

Come titolo di studio, è consigliato il diploma di scuola superiore.

Addetto alle pulizie

Si occupa di mantenere pulita tutta l'area del punto vendita.

5.3 La situazione per la grande distribuzione organizzata

Le figure professionali della grande distribuzione organizzata sono suddivise fra varie aree funzionali: direzione; amministrazione; magazzino e logistica; marketing e commerciale; ufficio sicurezza (safety e security); ufficio tecnico; ufficio assistenza tecnica (vedi tabella 5.3).

Tabella 5.3 *Figure professionali della grande distribuzione organizzata per area funzionale.*

Area funzionale	Figure professionali
Direzione	Direttore
	Segretaria di direzione
Amministrazione	Responsabile commerciale
	Responsabile di cassa
	Addetto al controllo di gestione
	Impiegato amministrativo
	Impiegati nella contabilità generale
	Impiegati nel controllo di gestione

	Responsabile del controllo di gestione
	Addetto all'ufficio cassa
	Addetto alla tesoreria
	Addetto agli affari legali e generali
	Addetto alle gallerie commerciali
	Addetto alle relazioni industriali
	Addetto allo sviluppo territoriale
	Responsabile di progetto
	Collaboratore sistemista
	Responsabile dei sistemi informativi
	Addetto al supporto alla gestione delle risorse umane
	Direttore del personale
Magazzino e Logistica	Addetto al deposito
	Addetto ai progetti speciali
	Assistente al controllo di gestione
	Autista
	Capo deposito
	Dirigente
	Magazziniere
Marketing e Commerciale	Addetto al centro grafico
	Addetto alla public relation
	Buyer
	Addetto alle vendite
	Capo area
	Direttore di punto vendita
	Direttore di supermercato

	Responsabile delle vendite di canale
	Cassiere
	Direttore di negozio e di canale
	Addetto al box informazioni
Ufficio Sicurezza	Responsabile della sicurezza
	Responsabile della sicurezza alimentare
	Responsabile dello smaltimento dei rifiuti, della difesa del patrimonio aziendale, dell'ufficio postale e del centralino
	Addetto alla sicurezza
Ufficio Tecnico	Disegnatore
	Elettricista
Ufficio Assistenza Tecnica	Addetto allo sviluppo commerciale
	Progettista e manutentore
	Addetto al ricevimento

5.3.1 Area Direzione

In quest'area c'è il controllo generale dell'azienda, dal punto di vista operativo e da quello finanziario.

Direttore

È responsabile di tutti i settori dell'azienda. La sua responsabilità, infatti, spazia dalle relazioni interne (gestione di tutto il personale) alle relazioni esterne (rapporti con enti pubblici e privati oltre che con istituzioni sindacali), dalla gestione commerciale a quella economica.

Deve conoscere bene il funzionamento generale del punto vendita e deve avere una buona capacità di relazionarsi con altre persone.

Non è richiesto un titolo di studio particolare.

Segretaria di direzione

È in contatto con le agenzie per la predisposizione dei volantini, reperisce le immagini dai fornitori, progetta col direttore la pubblicità radiofonica e televisiva, stila i verbali di direzione.

Deve avere molta autorevolezza, discrezione, predisposizione ai rapporti interpersonali e capacità organizzativa.

Non è richiesto un particolare titolo di studio.

5.3.2 Area Amministrativa

In quest'area viene controllato e registrato l'andamento economico dell'azienda. Ci sono le figure

del responsabile commerciale, del responsabile di cassa, dell'addetto al controllo di gestione, dell'impiegato nella contabilità generale, dell'impiegato nel controllo di gestione, del responsabile del controllo di gestione, dell'impiegato amministrativo, dell'addetto all'ufficio cassa, dell'addetto alla tesoreria, dell'addetto agli affari legali e generali, dell'addetto alle gallerie commerciali, dell'addetto alle relazioni industriali, dell'addetto allo sviluppo territoriale, del responsabile di progetto, del collaboratore sistemista, del responsabile dei sistemi informativi, dell'addetto al supporto alla gestione delle risorse umane, del direttore del personale, del collaboratore sistemista e del responsabile dei sistemi informativi.

Responsabile commerciale

In una determinata area merceologica, si occupa degli ordini ai fornitori, cura le vendite ed il risultato operativo. In particolare, cerca di fidelizzare la clientela potenziale e quella acquisita fornendo ad esse servizi il più possibile adeguati alle loro esigenze ed informandole accuratamente sui servizi stessi e fa un'analisi dei fabbisogni aziendali.

Deve avere una buona capacità organizzativa e sensibilità commerciale. Deve avere buone competenze in diritto del lavoro e una buona cultura generale.

È consigliata la laurea in Economia e Commercio, in Giurisprudenza o in Scienze Politiche.

Responsabile di cassa

Si occupa della gestione dei turni dei cassieri ed è responsabile della cassaforte. Poiché molti cassieri sono assunti part-time, fa in modo che i loro turni siano in grado di conciliare le loro necessità familiari ed organizzative. A fine giornata, controlla che l'incasso corrisponda alla cifra che si ricava dagli scontrini emessi.

Deve avere buone doti organizzative e molta precisione.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Addetto al controllo di gestione

Deve garantire il risultato gestionale del punto vendita, studiando come ottimizzare le risorse disponibili e pianificando gli obiettivi che il punto vendita deve raggiungere. Fa anche analisi dei costi per valutare la loro incidenza sul fatturato totale. Inoltre, controlla costantemente la corrispondenza tra i risultati raggiunti e gli obiettivi da cui si è partiti. Stende, con una certa periodicità, dei report sull'andamento economico del punto vendita. Attraverso una squadra di collaboratori, garantisce anche l'affidabilità dei dati contabili e della gestione amministrativa.

Deve avere molta attenzione, precisione, flessibilità e buone doti organizzative. Deve conoscere bene i principali programmi informatici di elaborazione di dati. È consigliata una buona conoscenza della lingua inglese.

È consigliata la laurea in Economia e Commercio.

In quest'area viene controllato e registrato l'andamento economico dell'azienda. Ci sono le figure

dell'impiegato nell'amministrazione dei clienti, dell'impiegato nella contabilità generale, dell'impiegato nel controllo di gestione, del responsabile del controllo di gestione, dell'impiegato amministrativo, dell'addetto all'ufficio cassa, dell'addetto alla tesoreria, dell'addetto agli affari legali e generali, dell'addetto alle gallerie commerciali, dell'addetto alle relazioni industriali, dell'addetto allo sviluppo territoriale, del responsabile di progetto, del

collaboratore sistemista, del responsabile dei sistemi informativi, dell'addetto al supporto alla gestione delle risorse umane, del direttore delle risorse umane, dell'impiegato nell'amministrazione, nelle paghe e nei contributi, del responsabile della gestione del personale del territorio, dell'addetto all'amministrazione del personale, del direttore del personale, del collaboratore sistemista e del responsabile dei sistemi informativi.

Impiegato nella contabilità generale

Supporta l'attività del direttore generale, gestisce la corrispondenza, è l'interfaccia del direttore generale verso gli altri amministratori e gestisce gli automezzi aziendali.

Deve avere una buona predisposizione al lavoro autonomo.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Impiegato nel controllo di gestione

Fa statistiche report, gestisce i dati e si tiene in contatto con l'area finanza-tesoreria.

Deve avere buone doti organizzative e molta precisione.

Non è richiesto un particolare titolo di studio.

Responsabile del controllo di gestione

Controlla tutta la gestione economica dell'azienda, verificando il lavoro dell'impiegato amministrativo. Deve controllare che vengano contabilizzate tutte le entrate e tutte le uscite verificando che le seconde non siano troppo elevate rispetto alle prime. Deve anche verificare che gli incassi e le spese corrispondano ai prodotti o servizi rispettivamente venduti e acquistati.

Deve avere buone conoscenze di contabilità ed accuratezza nel lavoro.

È consigliato un diploma di tecnico commerciale.

Impiegato amministrativo

Si occupa di tutte le attività amministrative dell'azienda, gestendo la contabilità generale (controllo e registrazione delle fatture, controllo e contabilizzazione degli incassi e delle spese). Spesso, inserisce i dati sulla contabilità in sistemi informatici aziendali.

Deve conoscere le nozioni di base di ragioneria, la normativa sull'Iva e le metodologie per l'archiviazione delle pratiche di fatturazione. Deve inoltre conoscere il pacchetto Office ed i software specifici per la contabilità.

Come titolo di studio, è consigliato il diploma di tecnico commerciale.

Sono necessarie propensione al lavoro routinario e molta precisione.

Addetto all'ufficio cassa

Verifica la congruenza tra gli scontrini di cassa e l'incasso, considerando il giorno di apertura del punto vendita immediatamente precedente alla data del controllo.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Addetto alla tesoreria

Controlla, tramite lo scontrino fiscale, la corrispondenza tra la merce venduta in negozio e quella inviata dal magazzino.

È consigliato un titolo universitario.

Addetto al supporto alla gestione delle risorse umane

È di supporto al responsabile delle risorse umane nella selezione e nella formazione del personale.

Deve avere molta flessibilità e buone doti relazionali.

È consigliata una laurea in ambito umanistico.

Addetto agli affari legali e generali

Si occupa delle politiche di vendita e di acquisto di infrastrutture e terreni.

Addetto alle gallerie commerciali

Si occupa della vendita dei negozi nelle gallerie commerciali.

Addetto alle relazioni industriali

Si occupa delle pratiche legali di tutto il gruppo industriale.

È consigliata la laurea in Giurisprudenza.

Addetto allo sviluppo territoriale

Studia il territorio per determinare i luoghi dove conviene aprire i punti vendita e si fa dare gli eventuali permessi.

Deve avere capacità commerciale e molta diplomazia.

Responsabile di progetto

Coordina gruppi di lavoro che operano su un progetto specifico.

Deve conoscere le tecniche di lavoro di gruppo ed il sistema informatico aziendale.

È consigliata la laurea in Ingegneria Informatica.

Direttore del personale

Coordina l'attività dei dipendenti, si relaziona con i sindacati, controlla i costi del personale e si occupa del sistema informativo di rilevamento delle presenze.

Collaboratore sistemista

Si occupa dell'informatica del punto vendita, anche progettando sistemi informatici.

Responsabile dei sistemi informativi

È il responsabile dei vari sistemi informativi dei punti vendita.

5.3.3 Area Magazzino e Logistica

In quest'area vengono svolte tutte le attività amministrative ed operative legate allo spostamento della merce dall'azienda verso l'esterno e viceversa. Viene inoltre controllato l'andamento del processo produttivo. Ci sono le figure dell'assistente al controllo di gestione, del dirigente, del capo deposito, del magazziniere, dell'addetto al deposito e dell'addetto ai progetti speciali.

Addetto al deposito

Gestisce il magazzino, carica e scarica la merce.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Addetto ai progetti speciali

Lavora per i progetti speciali.

È consigliata la laurea in Giurisprudenza.

Assistente al controllo di gestione

È di supporto al responsabile del controllo di gestione.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Autista

Vedere il paragrafo 2.2.2.4.

Capo deposito

È il referente e il responsabile di un deposito o di un magazzino.

Dirigente

È il capo responsabile dei depositi, si occupa delle relazioni con le piattaforme esterne.

È consigliato il diploma di Ragioneria.

Magazziniere

È specializzato nella ricezione, stoccaggio e spedizione di merci in imprese di produzione o distribuzione. Le sue attività possono essere: carico-scarico di camion, controllo dell'esattezza dei documenti di trasporto, preparare i documenti di trasporto in caso di spedizione, collocare la merce in magazzino, consegnare la merce in altri reparti dell'azienda, collaborare alla verifica dell'esistenza della merce in magazzino in caso di inventario. La sua attività si svolge principalmente in magazzino.

È necessario un diploma di scuola superiore a indirizzo amministrativo o un precedente apprendistato. Ci vuole una buona capacità di lavorare autonomamente, di organizzazione, di collaborazione e molta precisione.

5.3.4 Area Marketing e Commerciale

In quest'area vengono svolte tutte le attività più direttamente connesse alla vendita dei prodotti al cliente e viene studiato il mercato di riferimento per trovare le strategie per vendere meglio.

Addetto al centro grafico

Impagina i volantini, ricerca le foto da inserire e studia l'aspetto dei volantini stessi. Gestisce la cartellonistica.

Addetto alla public relation

Si occupa della comunicazione interna (che avviene tramite un giornalino) e di quella che avviene verso l'esterno del punto vendita (che avviene tramite articoli di giornale).

Addetto alla vendita

Ci sono due figure importanti che rientrano nella categoria degli addetti alle vendite: il capo settore ed il capo reparto.

Il capo settore è garante dell'applicazione di tutte le politiche commerciali, economiche e manageriali nel punto vendita. Costruisce ed anima iniziative commerciali per sviluppare il giro d'affari e monitora costantemente le spese. È punto di riferimento costante di una squadra composta da 5 a 10 capi reparto.

I capi reparto svolgono moltissime funzioni.

Nel settore commerciale, scelgono i prodotti da offrire al cliente, verifica la loro presentazione, organizza le manifestazioni promozionali, supervisiona l'approvvigionamento della merce e consiglia il cliente.

Nel settore gestionale, sono responsabili del conto economico dell'azienda e del raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Nel settore delle risorse umane, gestiscono ed animano una squadra di collaboratori alla quale garantisce un'adeguata crescita professionale.

Il venditore deve conoscere bene la merce per poter consigliare efficacemente il cliente nell'acquisto. Deve conoscere le moderne tecniche di vendita.

È consigliato un titolo di studio universitario.

Capo area

Controlla che in una serie di punti vendita vengano raggiunti gli obiettivi prefissati dalla Direzione Generale dell'azienda commerciale, alla quale deve rispondere.

Come competenze, deve avere una buona conoscenza dei prodotti dei quali è responsabile, deve sapere essere attento all'andamento del mercato di riferimento, deve avere una buona capacità di decidere autonomamente, deve essere portato al lavoro di squadra ed a governare eventuali collaboratori, deve avere sensibilità commerciale, deve conoscere bene il sistema informativo utilizzato nell'azienda. Deve essere anche disponibile alla mobilità territoriale.

Come titolo di studio, è consigliato il diploma di scuola media superiore.

È gradita la conoscenza di una lingua straniera (inglese, francese o tedesco).

Direttore di punto vendita

È il responsabile di tutto ciò che avviene all'interno del punto vendita.

Direttore di supermercato

È responsabile di tutto ciò che accade all'interno del supermercato.

Responsabile delle vendite di canale

Per canale si intende la dimensione del punto vendita. In questo senso, i punti vendita si dividono in: canale A, comprendente quelli di piccole dimensioni; canale B, comprendente quelli di medie dimensioni; canale C, comprendente quelli di grandi dimensioni (ipermercati come l'Auchan).

Il responsabile delle vendite di canale monitora continuamente la gestione commerciale, è responsabile in generale del corretto funzionamento del punto vendita.

Cassiere

Registra le vendite con il registratore di cassa utilizzando, spesso, i lettori ottici dei codici a barre e poi rilascia al cliente una ricevuta. Controlla la corrispondenza tra gli incassi registrati dal registratore di cassa e quelli effettivi. Alla fine della giornata, consegna il denaro incassato in amministrazione. Assiste la clientela per qualsiasi necessità, anche comunicando con altri responsabili e addetti.

Deve avere nozioni di contabilità di base e deve saper utilizzare le tecnologie per la registrazione della merce in uscita e per la riscossione dei pagamenti. Deve avere una notevole capacità relazionale per il suo ruolo di orientamento e di guida verso il cliente.

Vengono assunti preferibilmente giovani diplomati che verranno poi formati meglio in azienda.

Direttore di canale

Il direttore di canale, per un determinato canale, controlla il rapporto fra costi e vendite, organizza il personale, gestisce i capi area e i punti vendita.

Direttore di negozio e di canale

È il responsabile del punto vendita, tutela il patrimonio e coordina il personale.

Addetto al box informazioni

Accoglie i clienti fornendo loro i dovuti chiarimenti ai problemi che essi possono incontrare nel loro rapporto con il punto vendita.

Deve, naturalmente, avere una buona capacità di ascolto delle esigenze del cliente.

Buyer

Si occupa del rapporto con i fornitori, sceglie i prodotti che l'azienda deve comprare dopo averli sottoposti a test per accertarne la qualità, fa i contratti.

Deve avere buona dialettica, capacità di relazionarsi con gli altri ed un modo gradevole di presentarsi.

È consigliata una laurea in Economia.

5.3.5 Area Ufficio Sicurezza

In quest'area avvengono tutte le politiche legate alla sicurezza (protezione del patrimonio aziendale da furti, garanzia dell'incolumità delle persone che si trovano all'interno del punto

vendita, sicurezza alimentare degli alimenti e delle bevande in vendita). Ci sono le figure del responsabile della sicurezza (che è responsabile di tutte le politiche relative alla sicurezza delle persone), dell'addetto alla sicurezza, del responsabile dello smaltimento dei rifiuti, della difesa del patrimonio aziendale, dell'ufficio postale e del centralino.

Responsabile della sicurezza

Segue tutti gli aspetti legati alla sicurezza: fa formazione in questo campo, studia i rischi per l'incolumità delle persone e predispone i dispositivi di protezione individuale.

Responsabile dello smaltimento dei rifiuti, della difesa del patrimonio aziendale, dell'ufficio postale e del centralino

È il garante dell'applicazione corretta di tutte le procedure inerenti allo smaltimento dei rifiuti, alla difesa del patrimonio aziendale, alla gestione dell'ufficio postale e alla gestione del centralino.

Addetto alla sicurezza

Si occupa della difesa del patrimonio aziendale da furti ed aiuta il fattorino.

5.3.6 Area Ufficio Tecnico

Viene stabilito l'arredamento del punto vendita.

Disegnatore

Disegna con il programma informatico Cad l'arredamento interno del punto vendita.

È consigliato il diploma di geometra.

Elettricista

Cura gli impianti elettrici nei punti vendita. Ne fa anche la manutenzione e crea impianti nuovi.

Addetto alla vendita

Ci sono due figure importanti che rientrano nella categoria degli addetti alle vendite: il capo settore ed il capo reparto.

Il capo settore è garante dell'applicazione di tutte le politiche commerciali, economiche e manageriali nel punto vendita. Costruisce ed anima iniziative commerciali per sviluppare il giro d'affari e monitora costantemente le spese. È punto di riferimento costante di una squadra composta da 5 a 10 capi reparto.

I capi reparto svolgono moltissime funzioni.

Nel settore commerciale, scelgono i prodotti da offrire al cliente, verifica la loro presentazione, organizza le manifestazioni promozionali, supervisiona l'approvvigionamento della merce e consiglia il cliente.

Nel settore gestionale, sono responsabili del conto economico dell'azienda e del raggiungimento degli obiettivi prefissati.

Nel settore delle risorse umane, gestiscono ed animano una squadra di collaboratori alla quale garantisce un'adeguata crescita professionale.

Il venditore deve conoscere bene la merce per poter consigliare efficacemente il cliente nell'acquisto. Deve conoscere le moderne tecniche di vendita.

È consigliato un titolo di studio universitario.

Capo area

Controlla che in una serie di punti vendita vengano raggiunti gli obiettivi prefissati dalla Direzione Generale dell'azienda commerciale, alla quale deve rispondere.

Come competenze, deve avere una buona conoscenza dei prodotti dei quali è responsabile, deve sapere essere attento all'andamento del mercato di riferimento, deve avere una buona capacità di decidere autonomamente, deve essere portato al lavoro di squadra ed a governare eventuali collaboratori, deve avere sensibilità commerciale, deve conoscere bene il sistema informativo utilizzato nell'azienda. Deve essere anche disponibile alla mobilità territoriale.

Come titolo di studio, è consigliato il diploma di scuola media superiore.

È gradita la conoscenza di una lingua straniera (inglese, francese o tedesco).

Direttore di punto vendita

È il responsabile di tutto ciò che avviene all'interno del punto vendita.

Direttore di supermercato

È responsabile di tutto ciò che accade all'interno del supermercato.

Responsabile delle vendite di canale

Per canale si intende la dimensione del punto vendita. In questo senso, i punti vendita si dividono in: canale A, comprendente quelli di piccole dimensioni; canale B, comprendente quelli di medie dimensioni; canale C, comprendente quelli di grandi dimensioni (ipermercati come l'Auchan).

Il responsabile delle vendite di canale monitora continuamente la gestione commerciale, è responsabile in generale del corretto funzionamento del punto vendita.

Cassiere

Registra le vendite con il registratore di cassa utilizzando, spesso, i lettori ottici dei codici a barre e poi rilascia al cliente una ricevuta. Controlla la corrispondenza tra gli incassi registrati dal registratore di cassa e quelli effettivi. Alla fine della giornata, consegna il denaro incassato in amministrazione. Assiste la clientela per qualsiasi necessità, anche comunicando con altri responsabili e addetti.

Deve avere nozioni di contabilità di base e deve saper utilizzare le tecnologie per la registrazione della merce in uscita e per la riscossione dei pagamenti. Deve avere una notevole capacità relazionale per il suo ruolo di orientamento e di guida verso il cliente.

Vengono assunti preferibilmente giovani diplomati che verranno poi formati meglio in azienda.

Direttore di canale

Il direttore di canale, per un determinato canale, controlla il rapporto fra costi e vendite, organizza il personale, gestisce i capi area e i punti vendita.

Direttore di negozio e di canale

È il responsabile del punto vendita, tutela il patrimonio e coordina il personale.

Addetto al box informazioni

Accoglie i clienti fornendo loro i dovuti chiarimenti ai problemi che essi possono incontrare nel loro rapporto con il punto vendita.

Deve, naturalmente, avere una buona capacità di ascolto delle esigenze del cliente.

5.3.7 Area Ufficio Assistenza Tecnica

In quest'area vengono svolte tutte le attività legate allo sviluppo di aree commerciali.

Addetto allo sviluppo commerciale

Si occupa delle autorizzazioni per lo sviluppo di nuove aree commerciali.

Progettista e manutentore

Assembla le attrezzature, fa manutenzione degli impianti elettrici, dell'impianto di riscaldamento e dell'immobile in generale. Nel suo lavoro si coordina con altre persone.

Segretaria

È di supporto per gli adempimenti burocratici.

Addetto alla decorazione delle vetrine

Prepara i cartellini dei prezzi.

Deve avere creatività e manualità.

Buyer

Si occupa del rapporto con i fornitori, sceglie i prodotti che l'azienda deve comprare dopo averli sottoposti a test per accertarne la qualità, fa i contratti.

Deve avere buona dialettica, capacità di relazionarsi con gli altri ed un modo gradevole di presentarsi.

È consigliata una laurea in Economia.

GLOSSARIO

A

Addetti (tratto dal sito “dawinci.istat.it”)

Persone occupate in un'unità giuridico-economica.

Apprendistato (tratto dal sito “sportellounico.comune.torino.it”)

È un tipo di contratto di lavoro nel quale un'azienda fornisce ai giovani di età compresa tra 15 e 24 anni che abbiano assolto all'obbligo scolastico la formazione necessaria per diventare dei lavoratori qualificati.

Area funzionale

In un punto vendita, con questo termine vengono raggruppate tutte le attività che hanno un comune scopo (ad esempio, l'area direzione, l'area amministrazione, ecc.).

Associazione di categoria (tratto dal sito www.carcereesocieta.it)

È un'associazione di imprenditori che ha lo scopo di tutelare gli interessi dei suoi componenti e di fornire servizi collettivi. Queste associazioni si dividono in base al settore economico e alla forma societaria delle imprese aderenti.

Ateco 2002

Sistema di classificazione delle attività economiche attuato dall'Istat nel 2002 e nella quale le attività sono distinte con codici che rappresentano il tipo di attività ed il settore economico.

B

Bolla di accompagnamento (tratto dal sito www.istruzioneonline.it)

È un documento che, in certi casi, accompagna le merci che un'azienda vende.

Deve essere emesso dal mittente prima della spedizione o della consegna della merce all'acquirente. Le bolle vengono compilate utilizzando degli stampati preparati da tipografie autorizzate dal Ministero delle Finanze. Devono essere numerate progressivamente e datate. Devono essere emesse in triplice copia se il trasporto avviene tramite vettore, in duplice copia se il trasporto avviene con mezzi dell'acquirente o del venditore.

Carta di credito (tratto dal sito www.portalino.it)

È un documento con il quale il possessore può effettuare acquisti di beni e servizi con pagamento differito negli esercizi commerciali convenzionati con l'emittente della carta.

Catering (tratto dal sito www.stewe.it)

Organizzazione che si occupa della ristorazione (fornitura di generi alimentari e loro confezionamento) per vettori aerei, marittimi e ferroviari.

Censimento dell'industria e dei servizi

È una raccolta di dati statistici, che viene effettuata periodicamente dall'Istat, relativi alle imprese industriali e dei servizi presenti in una data entità territoriale italiana (comune, provincia, regione, tutto lo stato).

Coadiuvante

Persona che aiuta un lavoratore nella sua attività

Contratto a progetto (tratto dal sito www.rassegna.it)

È un tipo di contratto di lavoro riconducibile a progetti specifici o a programmi di lavoro determinati dal committente e gestiti autonomamente dal collaboratore in funzione del risultato, senza vincoli di orario ed in coordinamento con l'organizzazione del committente.

Contratto a tempo determinato (tratto dal sito www.comune.sp.it)

È un tipo di contratto in cui il lavoratore viene assunto solo per un periodo di tempo prefissato. È previsto solo in queste particolari condizioni:

- 1) per lavoratori stagionali;
- 2) per sostituire lavoratori assenti per malattia, infortunio, maternità;
- 3) per lavori da effettuare solo in particolari periodi di tempo;
- 4) per lavoratori impiegati in spettacoli o in programmi radiotelevisivi;
- 5) in altri casi previsti nei Contratti Nazionali di Lavoro

La durata del contratto può essere allungata nel caso di eventi imprevisi, ma solo una volta e per un periodo di tempo non superiore a quello del contratto di partenza.

Contratto di formazione lavoro (tratto dal sito “sportellounico.comune.torino.it”)

È un tipo di contratto che prevede, oltre allo scambio tra lavoro e retribuzione, l’obbligo formativo a carico del datore di lavoro. È rivolto a soggetti di età compresa tra 16 e 32 anni.

F

Figura professionale

Tipologia di lavoratore basata sulla sua attività.

Focus group (tratto dal sito “it.wikipedia.org”)

È un tipo di ricerca qualitativa nella quale un gruppo di persone viene interrogato sul suo atteggiamento nei confronti di un prodotto, di un concetto, di un’idea, di una pubblicità o di un imballaggio. In queste “riunioni” i soggetti intervistati sono liberi di comunicare tra di loro.

H

Haccp (tratto dal sito www.ministerosalute.it)

È un sistema che mira ad identificare, nella linea di produzione di un prodotto alimentare, eventuali danni associati ed ad eliminarli mettendo in atto determinate procedure.

I passi da seguire sono i seguenti:

- 1) analizzare potenziali rischi microbiologici per gli alimenti;
- 2) individuare i punti del processo produttivo in cui i rischi possono verificarsi;
- 3) prendere le opportune decisioni per eliminare tali rischi;
- 4) individuare e mettere in atto procedure di controllo di questi punti critici;
- 5) riesaminare periodicamente, ed in ogni caso di variazione di processo o di tipologia di attività, l'analisi dei rischi, le procedure di controllo e i punti critici

I

Intervista pilota

Le interviste pilota sono quelle che vengono fatte nelle indagini pilota. L'indagine pilota è un tipo di indagine statistica che viene effettuata prima dell'indagine ufficiale per controllare se le ipotesi di ricerca e le tecniche di raccolta dei dati e di analisi degli stessi sono corrette.

L

Lavoro part-time

Il contratto di lavoro part-time è un tipo di contratto nel quale il lavoratore viene assunto per un orario di lavoro inferiore a quello normale.

È di tre tipi:

- 1) orizzontale, quando la riduzione di orario avviene sull'orario normale giornaliero;

- 2) verticale, quando il lavoratore è impiegato a tempo pieno ma solo per determinati periodi nella settimana, nel mese e nell'anno;
- 3) misto, quando vengono combinate le due modalità prima viste

P

Pos (tramite il sito “it.wikipedia.org”)

Apparecchiatura automatica, presente in quasi tutti gli esercizi commerciali in Europa, con la quale il cliente può pagare la merce acquistata utilizzando il Bancomat e digitando un codice di autenticazione personale o Pin.

R

Report (tratto dal sito www.recuperodati.net)

Relazione su un determinato argomento.

S

Sede legale (tratto dal sito www.consulting.it)

Luogo di ubicazione di una società così come indicata nel suo atto costitutivo.

Stage (tratto dal sito www.carcereeesocieta.it)

È una fase, prevista in uno specifico corso di formazione professionale, nella quale lo studente esercita un preciso ruolo professionale in un ambiente di lavoro per accertare, integrare o rielaborare le conoscenze acquisite in aula prima del suo inserimento nel mondo del lavoro.

Stoccaggio (tratto dal sito www.logisticaeconomica.unina.it)

Conservazione in un deposito di merci e prodotti per un breve periodo di tempo.

T

Tirocinio formativo (tratto dal sito www.ing.unibo.it)

È un'esperienza formativa presso una struttura convenzionata con l'Università, nella quale uno studente universitario sviluppa le conoscenze acquisite in ambito accademico e conosce direttamente il mondo del lavoro.

Turn over

In un'azienda, è il rapporto fra il personale dimissionario ed il totale delle risorse umane a fine anno.

Bibliografia

Siti internet visitati:

www.professioni.info;

“contenuto.monster.it”;

“job.cdc.it”;

www.provincia.fe.it;

www.basilea2.com;

www.cwi.it;

www.auchan.it;

www.cartesiosys.com;

www.umana.it;

www.i-dome.com

Luigi Fabbris, “L’indagine campionaria. Metodi, disegni e tecniche di campionamento”, La Nuova Italia Scientifica, giugno 1994, Roma.

APPENDICE A

ASCOM SERVIZI PADOVA SRL

***Osservatorio sul Mercato locale del
Lavoro
Ente Bilaterale***

Indagine sul settore del commercio

Questionario

Data ____ / ____ / 200 ____

Codice ATECO _____

A. L'IMPRESA

A.1 Vi occupate di:

1. Commercio all'ingrosso
2. Commercio al dettaglio
3. Commercio all'ingrosso e al dettaglio
4. Commercio all'ingrosso e al dettaglio con prevalenza ingrosso
5. Commercio all'ingrosso e al dettaglio con prevalenza dettaglio

A.2 Per quale settore merceologico?

1. Autoveicoli, motocicli,
 2. Materie prime agricole e animali vivi
 3. Prodotti alimentari, bevande e tabacco
 4. Prodotti tessili
 5. Abbigliamento e calzature
 6. Elettrodomestici, apparecchi radio e televisione
 7. Articoli di porcellana e di vetro, carte da parati
 8. Profumi e cosmetici
 9. Prodotti farmaceutici
 10. Prodotti per uso domestico (mobili, carta, gioielleria, fotografia)
 11. Prodotti intermedi non agricoli, rottami e cascami
 12. Macchinari e altre attrezzature
 13. Articoli vari di seconda mano
 14. Altro.
- Specificare.....

A.3 Ragione sociale:

A.4 Indirizzo:.....

A.5 Numeri di telefono:

____ / _____

____ / _____

____ / _____

Fax:

E-mail:.....@.....

A.6 *Oltre alla Vs attività principale, servite altri servizi ai Vs clienti? Se sì, quali?*

.....
.....
.....
.....
.....

A.7 *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.8. In quale anno è iniziata l'attività dell'impresa? _ _ _ _

A.9 Avete accordi di collaborazione con altre società?

1. Sì
2. No (**vai a A.11**)

A.10 Per quali attività avete questi rapporti?

.....
.....
.....
.....

A.11 Avete più di una unità locale 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

A.12 Verso quali aspetti è orientata prevalentemente la vostra formula aziendale?

1	Differenziazione di prodotto (gamma)			
2	Innovazione nel prodotto			
3	Contenimento dei costi			
4	Differenziazione dei prezzi			
5	Tempi di consegna e logistica			
6	Pubblicità e promozione del PV			
7	Cura del marchio/immagine del PV			
8	Presenza a fiere e mercati			
9	Sconti, vendite eccezionali			
10	Facilità di accesso alla struttura (viabilità/parcheggi)			
11	Chiarezza nell'offerta dei prodotti e dei prezzi			
12	Giorni e orari di apertura			
13	Personale orientato al cliente			
14	Servizio consigli al cliente			
15	Call center/gestione reclami			
16	Assistenza post-vendita, gestione garanzie			

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. CLIENTELA, OBIETTIVI E RISULTATI

D.1 *Ritiene che nell'ultimo anno la propensione al consumo del cliente sia*

1. Immutata
2. Peggiorata
3. Migliorata

D.2 *Nell'ultimo anno, rispetto agli obiettivi che avevate fissato, avete ottenuto tutti o quasi i risultati desiderati, avete mancato obiettivi importanti o avete fatto meglio del previsto?*

1. Meglio del previsto
2. Risultati desiderati, all'incirca
3. Mancato vari obiettivi

D.3 *Quali sono le cause principali?*

.....
.....
.....

D.4 *Nel prossimo futuro avete intenzione di investire nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali?*

1. nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali
2. in attrezzature e arredamenti
3. in sistemi informatici
4. in pubblicità
5. nella formazione del personale
6. Dipende. Da cosa?.....

D.4 *Nel prossimo futuro quali sviluppi prevedete per la Vs azienda?*

1. Situazione migliore
2. Situazione invariata
3. Situazione peggiore
4. Dipende. Da cosa?.....

E. IL PERSONALE

E.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 _____

E.2 *(Se lavorano famigliari) In quale ruolo coadiuvano i famigliari che lavorano all' interno dell' impresa?*

.....

.....

.....

.....

E.3 *Le persone in servizio (compresi i part-time) sono:*

	Sì	Quanti?
1. Dipendenti a tempo indeterminato	
2. Dipendenti a tempo determinato	
3. Lavoratori interinali	
4. Apprendisti o con contratto di inserimento	
5. Contratti atipici (a progetto...)	

E.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)

E.5 *Vi rivolgete a consulenti esterni (che non siano soci)?*

1. Sì.
2. No (**vai a E.9**)

E.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 _____

E.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:.....

.....

.....

E.8 *(se esistono consulenti a cui si rivolgono occasionalmente)*

I consulenti che lavorano per voi occasionalmente che attività svolgono?

.....

.....

.....

E.9 *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).....

E.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?.....

E.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__ __

F. VARIAZIONI DI PERSONALE NELL'ULTIMO ANNO

F.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 F.3)
2. Solo turnover
3. No

F.2 Sempre nel corso degli ultimi 12 mesi, avete assunto nuovo personale?

1. Sì. Quanti? __ __ __
2. No (vai a H.1)

F.3 Quanti, fra i soggetti assunti, sono in possesso di un titolo di studio universitario? __ __

F.4 E di scuola media superiore (4 – 5 anni)? __ __

F.5 (Se hanno assunto dei laureati) Tra i laureati assunti ci sono neolaureati?

1. Sì.
2. No. (Vai a G.1)

F.6 *Che ruolo ricoprono i neolaureati assunti?*

.....
.....
.....

F.7 *Per i neolaureati che avete assunto, ci sono motivi di insoddisfazione che hanno attinenza con la loro preparazione universitaria?*

.....
.....
.....
.....

G. PREVISIONI

G.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 G.4**)
5. Dipende. *Da cosa?*

.....

G.2 *Per quali figure professionali pensa che ci saranno assunzioni?*

.....
.....

G.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.

G.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)

.....

.....

.....

H. CONOSCENZA DEI NUOVI CORSI DI STUDIO

H.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

H.2 (se sa qualcosa: risposte 3+4) Che cosa pensa dei nuovi titoli?

.....

.....

H.3 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

H.4 *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?*

.....
.....
.....
.....

I. CONCLUSIONE

I.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

1 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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

2 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrelevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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

3 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

.....

4. 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

4 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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: ___ ___ ___

5. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

- 4. Licenza dell'obbligo
- 5. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
- 6. 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?

- 4. Utilizzatore generico
- 5. Utilizzatore esperto
- 6. Programmatore/analista

5 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

6. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

- 4. Licenza dell' obbligo
- 5. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
- 6. 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 generico
- 5. Utilizzatore esperto
- 6. Programmatore/analista

6 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

.....

7. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

- 4. Licenza dell' obbligo
- 5. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
- 6. 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

7 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

8. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

- 4. Licenza dell' obbligo
- 5. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
- 6. 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 generico
- 5. Utilizzatore esperto
- 6. Programmatore/analista

8 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

.....

.....

9. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

- 7. Licenza dell' obbligo
- 8. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
- 9. 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?

- 7. Utilizzatore genetico
- 8. Utilizzatore esperto
- 9. Programmatore/analista

9 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

10. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

10. Licenza dell' obbligo

11. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)

12. 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?

10. Utilizzatore generico

11. Utilizzatore esperto

12. Programmatore/analista

10 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

11. 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?

13. Utilizzatore generico

14. Utilizzatore esperto

15. Programmatore/analista

11 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

.....

12. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

- 16. Licenza dell' obbligo
- 17. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
- 18. 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?

- 16. Utilizzatore genetico
- 17. Utilizzatore esperto
- 18. Programmatore/analista

12 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

13. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

- 19. Licenza dell' obbligo
- 20. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
- 21. 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?

- 19. Utilizzatore genetico
- 20. Utilizzatore esperto
- 21. Programmatore/analista

13 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

14. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

22. Licenza dell' obbligo

23. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)

24. 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?

22. Utilizzatore generico

23. Utilizzatore esperto

24. Programmatore/analista

14 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

15. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

- 25. Licenza dell' obbligo
- 26. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)
- 27. 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?

- 25. Utilizzatore generico
- 26. Utilizzatore esperto
- 27. Programmatore/analista

15 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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?

.....

16. Figura Professionale.....

Titolo di studio:

28. Licenza dell' obbligo

29. Diploma/i di scuola superiore (*Quale?*.....)

30. 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?

28. Utilizzatore generico

29. Utilizzatore esperto

30. Programmatore/analista

16 Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?

Lingua	Irrelevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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 02 Competenze richieste al personale in entrata
--

M1.1 *Per la figura professionale, state già effettuando delle selezioni, oppure pensate di assumere a breve / medio termine (6 mesi o 2 anni)?*

1. Selezioni in corso
2. Probabili assunzioni entro 6 mesi
3. Probabili assunzioni entro 2 anni

M1.2 *Quali saranno le funzioni che questa persona dovrà svolgere?*

.....

.....

.....

.....

.....

M1.3 *Sono necessarie competenze linguistiche per svolgere tali funzioni?*

1. Sì
2. No (**vai a M1.5**)

M1.4 *Quali sono le competenze linguistiche che si devono avere per svolgere tali funzioni e a quale livello di conoscenza?*

Lingua	Irrilevante	Livello scolastico	Necessaria buona conoscenza
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

M1.5 *Per le competenze informatiche di questa figura professionale è sufficiente una preparazione da utilizzatore generico, da esperto, o da programmatore?*

1. Utilizzatore generico
2. Utilizzatore esperto
3. Programmatore/ analista

M1.6 *Le leggerò una lista di competenze, mi può dire una per una se sono molto, abbastanza, poco o per niente importanti per l'attività che questa figura professionale dovrà svolgere?*

Competenze	Per niente	Poco	Abbastanza	Molto
Capacità di comunicare con esperti in campi diversi	1	2	3	4
Attitudine a prendere decisioni e a gestire situazioni complesse	1	2	3	4
Capacità di organizzare il proprio lavoro	1	2	3	4
Attitudine al lavoro di gruppo	1	2	3	4
Capacità di relazione e comunicazione	1	2	3	4
Capacità di adattamento a diverse situazioni socio-relazionali	1	2	3	4
Disponibilità a viaggiare	1	2	3	4
Altro.....	1	2	3	4

M1.7 *Prevedete di sottoporlo a formazione dopo l'assunzione, se sì, come pensate di formarlo?*

1. No, solo affiancamento (fine)
2. Corsi interni
3. Anche corsi esterni

M1.8 *Su quale/i argomento/i?*

.....

APPENDICE B

Osservatorio sul Mercato locale del Lavoro

Indagine sulle imprese commerciali

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 o con un responsabile?

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 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 del commercio 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. Allora 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 nel settore del Commercio in provincia di Padova. La Sua azienda è stata selezionata casualmente da una lista di altre aziende classificate nel settore. 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 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/lei?(fissare appuntamento). **(FINE)**

B L'IMPRESA

B1. Molto bene, La ringrazio. Parliamo dell'azienda. Vi occupate prevalentemente di commercio al dettaglio, all'ingrosso oppure non c'è prevalenza delle due attività?

1. all'ingrosso
2. al dettaglio
3. non c'è prevalenza

(B2)

B2. 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

(B3)

B3. Avete più di una unità locale nel territorio italiano?

1. Sì
2. No

(C1)

C IL SITO INTERNET

C.1. L'impresa ha un proprio sito internet?

1. Sì **(vai a C.2)**
2. No **(vai a D.1)**
3. E' in via di realizzazione **(vai a C.3)**

C.2. Potrebbe darmi l'indirizzo del vostro sito internet? www._____

(C.3)

C.3. A cosa serve il sito? Lo utilizzate solo a scopo pubblicitario o anche a fini di interazione con la clientela?

1. solo a scopo pubblicitario
2. soprattutto a fini di interazione con la clientela
3. metà e metà
4. non so

(D1)

D OBIETTIVI E RISULTATI

D.1. Nell'ultimo anno, rispetto agli obiettivi che avevate fissato, avete ottenuto tutti o quasi i risultati desiderati, avete mancato obiettivi importanti o avete fatto meglio del previsto?

1. Meglio del previsto
2. Risultati desiderati, all'incirca
3. Mancato vari obiettivi
4. Non so

(D2)

D.2. Nei prossimi due anni avete intenzione di investire nella ristrutturazione o acquisizione di nuovi locali?

1. Sì
2. No
3. Non so

(D.3)

D.3. Ed in in attrezzature e arredamenti?

1. Sì
2. No
3. Non so

(D4)

D.4. Ed in sistemi informatici?

1. Sì
2. No
3. Non so

(D5)

D.5. Ed in pubblicità?

1. Sì
2. No
3. Non so

(D6)

D.6. E infine nella formazione del personale?

1. Sì
2. No
3. Non so

(D7)

D.7. Nei prossimi due anni prevedete che la situazione aziendale migliori, che rimanga invariata o che peggiori?

7. Situazione migliore
8. Situazione invariata
9. Situazione peggiore
10. Dipende/Non so

(E1)

E IL PERSONALE

E.1 Parliamo ora del personale dell'azienda. Può dirmi quanti sono gli addetti dell'impresa, compresi gli eventuali familiari del titolare che lavorano come coadiuvanti e compreso il titolare stesso? ___ ___ ___

(E2)

E.2 Quante persone, sul totale degli addetti, sono familiari? ___ ___ ___

(se risponde 0 vai a E.4, altrimenti vai a E.3)

E.3 **(Se ha risposto un numero diverso da zero a E.2)**

Può descrivermi brevemente le funzioni svolte dai familiari all'interno dell'impresa?

.....
.....

(E4)

E.4 Quante persone, sul totale degli addetti, sono assunte part-time? ___ ___ ___

(E5)

E.5 Quante a tempo indeterminato? ___ ___ ___

(E6)

E.6 Quante a tempo determinato? ___ ___ ___

(E7)

E.7 Quante sono lavoratori interinali? ___ ___ ___

(E8)

E.8 Quante sono apprendisti o sono assunti con contratto di inserimento? ___ ___ ___

(E9)

E.9 Quante persone con contratti a progetto? ___ ___ ___

(E10)

E10. Vorremmo cercare di capire che tipo di figure professionali operano nell'azienda. Mi può elencare le figure professionali dell'azienda?

1. Titolare/Direttore
2. Capo Area
3. Responsabile del personale
4. Responsabile Commerciale
5. Commerciale
6. Responsabile amministrativo
7. Segretaria/Centralinista
8. Contabile/Analista
9. Responsabile acquisti/approvvigionamenti
10. Addetto alle vendite
11. Addetto al reparto macelleria
12. Addetto al reparto fresco
13. Addetto al reparto ittico

- 14. Addetto al reparto ortofrutta
- 15. Addetto ai reparti
- 16. Addetto al reparto non food
- 17. Addetto al reparto scatolame
- 18. Cassiere
- 19. Magazziniere
- 20. Altro (E10A)

E10A. Specificare altro.....

(FP)

PER OGNI FIGURA INDIVIDUATA SOTTOPORRE LA DOMANDA FP

FP. Quali attività svolge principalmente questa figura professionale?

.....

.....

.....

.....

.....

E.11. Nell'impresa sono attualmente impiegati stagiaires/tirocinanti universitari o delle scuole superiori?

- 1. No (GI)
- 2. Sì. (E11A)

E11A. Quanti sono?

.....(E10B)

E11B. Da dove provengono prevalentemente?

- 1. Scuola dell'obbligo (GI)
- 2. Scuola superiore (GI)
- 3. Università (GI)
- 4. Master post lauream (GI)
- 5. Altro (E11C)

E11C. Specificare altro.....

(GI)

G VARIAZIONI DI PERSONALE NELL'ULTIMO ANNO

G.1 Nel corso degli ultimi 12 mesi, quindi grossomodo da novembre/dicembre dell'anno scorso, avete avuto una eccedenza di uscite di personale, nuove assunzioni, solo *turn over* o nessuna variazione in assoluto?

- 1. Uscite (G2)
- 2. Assunzioni (G3)

3. Entrambe (**G2**)
4. Solo *turn over* (**H1**)
5. Nessuna variazione (**H1**)

G.2 Quante uscite in eccesso 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? __ __
 (G5)

G5. Quali figure professionali sono state assunte?

1. Titolare/Direttore
2. Capo Area
3. Responsabile del personale
4. Responsabile Commerciale
5. Commerciale
6. Responsabile amministrativo
7. Segretaria/Centralinista
8. Contabile/Analista
9. Responsabile acquisti/approvvigionamenti
10. Addetto alle vendite
11. Addetto al reparto macelleria
12. Addetto al reparto fresco
13. Addetto al reparto ittico
14. Addetto al reparto ortofrutta
15. Addetto ai reparti
16. Addetto al reparto non food
17. Addetto al reparto scatolame
18. Cassiere
19. Magazziniere
20. Altro (**G6**)

G6. Specificare altro.....
 (H1)

H PREVISIONI

H1 Nell'arco dei prossimi due anni, pensa che ci saranno nuove assunzioni, prevalentemente uscite, o solo il normale *turn over* cioè nessuna variazione del numero di addetti?

1. Assunzioni (**H2**)
2. Uscite (**H4**)
3. Entrambe (**H2, H2A, ciclo I, H4**)
4. *Turn over* (**H5**)
5. Non so/Dipende (**M1**)

H2 Quante nuove assunzioni prevede che ci saranno (se dà un range registrare il valore intermedio!)?

(H2A)

H2A Per quali figure professionali?

1. Titolare/Direttore
2. Capo Area
3. Responsabile del personale
4. Responsabile Commerciale
5. Commerciale
6. Responsabile amministrativo
7. Segretaria/Centralinista
8. Contabile/Analista
9. Responsabile acquisti/approvvigionamenti
10. Addetto alle vendite
11. Addetto al reparto macelleria
12. Addetto al reparto fresco
13. Addetto al reparto ittico
14. Addetto al reparto ortofrutta
15. Addetto ai reparti
16. Addetto al reparto non food
17. Addetto al reparto scatolame
18. Cassiere
19. Magazziniere
20. Altro (H2B)

H2B Specificare altro

.....
(CICLO I)

H3. Con che tipo di contratto saranno prevalentemente assunti?

1. Indeterminato (M1)
2. Determinato (M1)
3. Interinale (M1)
4. Apprendista o con contratto di inserimento(M1)
5. A progetto (M1)
6. Altro (H3A)

H3A. Specificare altro.....

(Se in H1 aveva risposto 3 vai a H4, altrimenti vai a M1)

H4 Quante uscite prevede che ci saranno? _____

(M1)

H5 Per quali ragioni pensa che non ci saranno variazioni nei prossimi due anni?

1. organico al completo/sufficiente **(M1)**
2. domanda stabile e/o in calo **(M1)**
3. costo del lavoro troppo elevato **(M1)**
4. bastano i tirocinanti/stagisti **(M1)**

5. difficoltà di reperimento di personale (*M1*)
6. ricorso alla lavorazione conto terzi (*M1*)
7. mancanza di spazio/problemi logistici (*M1*)
8. ricorso al lavoro interinale (*M1*)
9. non so (*M1*)
10. altro (*H6*)

H6 Specificare altro.....(*M1*)

M CONTATTO CON IL RISPONDENTE

M.1 Lei è...

1. Il titolare (*M2*)
2. Un familiare del titolare (*M2*)
3. Il Responsabile del personale(*M2*)
4. Un consulente (*M2*)
5. Altro (*M1A*)

M1A. Specificare altro

.....
(*M2*)

M2 Sesso

1. Maschio
2. Femmina

(*M3*)

M3 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

(*M4*)

M5 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

(*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 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?

1. Scuola dell'obbligo o titolo indifferente (**I3**)
2. Diploma di scuola professionale (1 – 3 anni) (**I3**)
3. Diploma di scuola superiore (4 – 5 anni) (**I3**)
4. Titolo universitario (**I2B**)
5. Indifferente (**I3**)
6. Altro (**I3**)

(**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**)

(I3)

I2C. Specificare altro

.....(I3)

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?

1. Fondamentale
2. Preferibile
3. 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?

4. Sì (**I5A**)
5. 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
10. Disponibilità a sopportare elevati carichi di lavoro

(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;
Se le figure sono finite, vai a J1*)
3. Entrambi (I8A)
4. Nessuno dei due (*Se ci sono altre figure riprendi il ciclo;
Se le figure sono finite, vai a J1*)

I8A Su quali argomenti cercherete principalmente di formare il neo-assunto?

.....
.....
.....

(*Se ci sono altre figure riprendi il ciclo I;
Se le figure sono finite, vai a H3*)

APPENDICE C

Procedura per *focus group* con i Commercianti all'ingrosso

1. Nella Sua impresa, quali attività vengono svolte?

Sulla lavagna fare un riquadro per ciascuna classe di attività (nel foglietto, far indicare le attività).

2. Quali competenze sono necessarie, cioè che cosa occorre dover sapere, saper fare, o dover essere, per svolgere le attività indicate?

- Sapere (conoscenze)
- Saper fare (abilità)
- Saper essere (atteggiamenti, comportamenti, responsabilità...)

Sulla lavagna fare un riquadro per ciascuna classe di competenze (nel foglietto far indicare una o più voci per ciascuna delle tre classi).

3. Dove sono acquisibili le competenze repute necessarie per svolgere le Vostre attività?

Sulla lavagna fare un riquadro per ciascuna classe di competenze (nel foglietto, far indicare dove sono acquisibili ciascuna delle competenze prima specificate).

***Osservatorio
sul Mercato locale del Lavoro***

Ente Bilaterale

***Focus group sui
Commercianti all'ingrosso***

Questionario

Data 30/06/2005

A. IL RISPONDENTE

A.1 Nome e cognome:

A.2 Genere
Maschio
Femmina

A.3 Et  (anni compiuti) _____

A.4 Numeri di telefono: _____ / _____

_____ / _____

Fax : _____ / _____

E-mail :@

A.5 Pubblicizza l'attivit  della Sua impresa su un sito Internet?

4. S  (www.....)
5. S ,   in via di realizzazione
6. No, non lo ritengo utile

A.6 Titolo di studio:

1. Licenza elementare, media o avviamento professionale
2. Diploma di scuola professionale (Quale?.....)
3. Diploma di scuola superiore (Quale?.....)
4. Titolo universitario (Quale?.....)

A.7 Ha seguito, oppure sta seguendo tuttora, qualche corso di formazione specifico, oltre a quelli scolastici?

1. No
2. S 
Argomento/i.....
.....
.....

A.8 Da quanti anni esercita attivit  di commerciante all'ingrosso? ____

A.9 Da quanti anni   complessivamente nel commercio? ____

B. L'IMPRESA

B.1 In quale anno è iniziata l'attività dell'impresa che oggi rappresenta? _ _ _ _

B.2 E' iscritto a qualche associazione di categoria?

1. Sì. Quale?.....
2. No.

C. ATTIVITÀ, CLIENTELA

C.1 Secondo la Sua esperienza, quali sono i principali canali con cui i clienti vengono a conoscenza della Sua azienda (i 3 più importanti)?

1. Banche dati presenti su Internet
2. Elenchi telefonici
3. Sito Internet personale
4. Altri clienti portafoglio
5. Altro:

C.2 Nell'ultimo anno, rispetto agli obiettivi che aveva fissato, ha ottenuto tutti o quasi i risultati desiderati, ha mancato obiettivi importanti o ha fatto meglio del previsto?

1. Meglio del previsto (**vai a D.1**)
2. Risultati desiderati, all'incirca (**vai a D.1**)
3. Mancato obiettivi importanti (**vai a C.3**)

C.3 Quali sono le cause principali?

.....
.....
.....
.....

D. IL PERSONALE

F.2 Ci sono famigliari che lavorano nell'azienda? Se sì, in quale ruolo?

.....
.....
.....
.....

F.3 Le persone in servizio (compresi i part-time) sono:

	Quanti?
6. Titolari / Soci
7. Dipendenti a tempo indeterminato	
8. Dipendenti a tempo determinato
9. Lavoratori interinali
10. Apprendisti o con contratto di inserimento
11. Contratti atipici (a progetto...)

E. PREVISIONI

E.1 A fronte degli ultimi anni del settore ed in base alle aspettative future, pensa che ci saranno assunzioni di nuovo personale?

1. Sì. Quanti addetti pensa di assumere? __ __
Che tipologie di figure professionali ricercherà?

.....
.....
.....
.....

2. No.

F. FORMAZIONE

F.1 Nell'ottica della formazione professionale continua ritiene sia utile che Ascom Servizi Padova srl organizzi dei corsi *ad hoc* per la Vs categoria?

Sì. Quali sono le aree tematiche che vorrebbe approfondire?

.....
.....
Quali gli argomenti?
.....
.....

No.

G. NUOVI TITOLI UNIVERSITARI

G.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. Ha sentito, ma non ha chiaro quali siano le novità
3. Sa abbastanza, è documentato sulle nuove lauree
4. Ha visto all'opera i nuovi laureati triennali

G.2 (se sa qualcosa: risposte 3+4) Che cosa pensa dei nuovi titoli?

.....
.....
.....

G.3 Se Lei cercasse un neo-laureato del nostro o di un altro Paese europeo per assumerlo, che cosa pensa che l'Università potrebbe documentare oltre al titolo di studio e al voto di laurea per essere di maggiore utilità?

Aspetti da documentare		Si	No
8.	Gli esami fatti	1	2
9.	Il titolo della tesi	1	2
10.	Esperienze di studio all'estero	1	2
11.	Esperienze di stage	1	2
12.	Accertamento della conoscenza della lingua inglese	1	2
13.	Accertamento della conoscenza dell'uso del calcolatore	1	2
14.	Bilancio delle competenze possedute	1	2

G.4 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?

.....
.....
.....
.....

H. CONCLUSIONE

H.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

