



208-2017: la grande crisi, la ripresa e la rivoluzione del terziario

Occupazione, imprese, trend, e-commerce, robot, contrattazione nel terziario che avanza

Sintesi della ricerca - 19 aprile 2018

Si consolida la ripresa ma non è omogenea

La crisi degli ultimi anni ha colpito pesantemente gli investimenti e i consumi. Con la ripresa dei redditi da lavoro sono ripartiti i consumi (arrivati al 97% dal primo trimestre 2008) mentre la spinta del commercio internazionale e degli incentivi fiscali ha dato una netta accelerazione agli investimenti (saliti nel 2017 di oltre il 3,5%). Benché il Pil sia aumentato nettamente lo scorso anno (+1,5%), non tutti hanno beneficiato di questo dato favorevole. Infatti, sono emerse nuove fasce di povertà (tra le famiglie giovani) che faticano a restringersi e divari tra nord e sud Italia tendono ad allargarsi

La crescita tocca la GDO ma non per tutte le superfici

Anche se i consumi sono in ripresa, le vendite al dettaglio faticano: solo le vendite di beni alimentari mostrano un trend positivo, mentre, dopo aver finito di cadere nel 2014, rimangono stazionarie le vendite di beni non alimentari. Rispetto al 2008, la grande distribuzione ha incrementato le proprie vendite (+3%), al contrario non si arresta la caduta delle imprese operanti su piccole superfici (-12,9%). All'interno del trend positivo della GDO si assiste a un aumento vorticoso delle vendite dei discount (+18,6%), una stazionarietà dei super (+2,3%) e una netta discesa degli iper arrestatisi nel 2014 e oggi giunta a -7,3% sul 2008.

Il peso del terziario italiano raggiunge i livelli tedeschi

L'anno scorso l'occupazione nel terziario ha raggiunto i livelli della Germania (74% circa), ma permangono ampie differenze nella composizione settoriale. In Italia continuano a diminuire i servizi pubblici alla persona mentre crescono quelli privati. Si conferma la crescita del turismo, anche se più forte in Italia, e dei servizi innovativi. Stazionari il commercio e i servizi tradizionali alle imprese. Nello specifico i settori del terziario italiano che crescono più velocemente sono quelli connessi alla ripresa: selezione del personale, trasporto e noleggio, alloggio, agenzie di viaggio e attività ricreative e sportive.

Il tempo determinato ha marciato spedito

Nel 2017 gli occupati hanno raggiunto quasi i livelli pre-crisi, ma dietro la media vi è un aumento dei dipendenti e un calo dei lavoratori autonomi rispetto al 2008. Tra i lavoratori dipendenti mentre nel 2015 crescevano nella stessa misura quelli a tempo determinato e indeterminato (circa 100 mila unità), nel 2016 erano questi ultimi a dominare la scena (281 mila contro 42 mila). Nel 2017 le parti si sono invertite: su un aumento medio di 370 mila dipendenti, 300 mila erano a tempo determinato.

Si arresta la crescita del part-time involontario

Se nella crisi i part-time sono nettamente aumentati, negli ultimi anni il numero di dipendenti full-time si è sempre alzato e dal 2016 questa variazione è nettamente superiore a quella del part-time (rispettivamente 195 mila e 128 mila), proseguita poi nel 2017 (284 mila contro 87 mila). Inoltre si è indebolita

la crescita dei part-time involontari fino all'anno scorso, quando sono finalmente diminuiti.

Si conferma il dominio dei settori riguardanti UILTuCS nella crescita dei dipendenti

Nel 2017 è stato il doppio l'aumento dei lavoratori dipendenti appartenenti ai settori di UILTuCS rispetto al resto del terziario (210 mila contro 100 mila), mentre l'industria con escluse le costruzioni si è fermata a 45 mila. Sono tornati a crescere nettamente il commercio e i servizi privati alla persona (che assieme contano i tre quarti di tutto l'aumento, il restante è costituito dal turismo), forse spinti da fattori normativi che hanno portato nel perimetro dell'occupazione dipendente rapporti di lavoro in precedenza esterni.

Commercio, turismo e studi professionali i comparti più numerosi di UILTuCS

In aggregato la composizione dei diversi settori che formano UILTuCS non è molto diversa dal resto dei servizi, ma una volta che si va oltre la media e si passa all'interno di ciascun comparto si svelano le notevoli differenze. I settori numericamente più consistenti sono il commercio, turismo e studi professionali. Durante il periodo di ripresa (2013-2016) in termini assoluti crescono maggiormente il turismo e gli studi professionali, mentre cala il commercio.

Ampia variabilità tra i settori rappresentati da UILTuCS

Per dare un'idea dell'ampia variabilità che contraddistingue i settori rappresentati da UILTuCS basta dire che il settore delle collaboratrici familiari e il turismo si caratterizzano per una quota nettamente superiore agli altri settori di donne, part-time e stranieri, mentre all'opposto nell'ICT e vigilanza la maggior parte dei lavoratori sono maschi, full-time e italiani. Ancora, mentre nella vigilanza, nell'ICT e tra le collaboratrici familiari la maggior parte dei lavoratori sono dipendenti a tempo indeterminato, nel commercio e negli studi professionali la quota degli stessi lavoratori è decisamente inferiore alla media dei servizi. Sale nel turismo la percentuale di dipendenti a tempo determinato.

Forte legame tra titolo di studio, professione e settore

Le differenze diventano più marcate se si osservano la qualifica e il titolo di studio: alte qualifiche e laureati nell'ICT e negli studi professionali; diplomati con qualifiche intermedie nel turismo e nel commercio; basse qualifiche con titoli di studio inferiori al diploma tra le collaboratrici familiari.

Richieste le professioni del turismo e del commercio, ma con esperienza

Nel 2017 le professioni più ricercate riguardavano il turismo e il commercio: camerieri, cuochi e baristi nel primo caso, e commessi e tecnici alle vendite nel secondo. Oltre due terzi di queste ricerche richiedevano una pregressa esperienza. Nonostante la ripresa tra il 2013 ed il 2016, è proseguita la caduta delle professioni legate all'edilizia: operai nelle costruzioni e addetti al trattamento del legno, affiancati dagli esercenti alle vendite e al personale non qualificato addetto ai servizi domestici e alla custodia di edifici e beni.

Bassa la spesa per le politiche al lavoro

Rispetto al Pil è bassa la spesa pubblica per il mercato del lavoro (1,8%); in particolare risulta inferiore agli altri grandi Paesi europei la spesa per le politiche attive (0,5% del Pil), indirizzata principalmente verso gli incentivi all'assunzione e formazione. Molto bassa la spesa per i servizi pubblici per l'impiego (0,05% del Pil) e in parte questo spiega la non elevata quota di lavoratori intermediati. Per questa ragione e per motivi più culturali il canale d'ingresso privilegiato al mercato del lavoro per imprese e addetti rimane quello informale: amici, parenti e conoscenti (33,1% delle assunzioni).

In continua crescita il numero di Ccnl

Tra il 2012 e il 2017 i Ccnl sono aumentati di quasi il 60%: la maggior parte (oltre il 70%) sono contratti non sottoscritti dalle principali organizzazioni sindacali (Cgil, Cisl e Uil). Molti i comparti che vedono raddoppiare il numero

di contratti tra il 2010 ed il 2017, ma è il commercio che vede crescere maggiormente il numero di Ccnl (da 91 a 213).

È verosimile che la robotizzazione toccherà i lavori più routinari

Sebbene gli andamenti dell'occupazione in Italia sembrano slegati dai cambiamenti tecnologici, è abbastanza assodato che questi avranno effetti. Non è chiaro quando e in che misura. Infatti, gli studi effettuati finora danno risultati contrastanti. Pare ragionevole attendersi che inizialmente la robotizzazione toccherà i lavori più routinari (a prescindere dall'alto o basso profilo) e saranno meno coinvolte le professioni a carattere personale non standard. Si stima che in Italia ci siano circa il 15% di lavoratori del primo tipo e il 35% del secondo.

Anche le evidenze sul passato non sono chiare, ma nel lungo periodo l'occupazione cresce

Anche le evidenze empiriche sul passato non sono univoche: alcuni studi trovano un impatto nullo sull'occupazione, altri negativo e altri ancora positivo. Una cosa però è abbastanza chiara: nel lungo periodo la tecnologia crea più posti di lavoro di quelli che distrugge. La transizione può essere più meno rapida e fluida, ma è certo che il calo di occupati in alcuni settori (agricoltura prima e industria dopo) è stato compensato dalla crescita in altri (principalmente nel terziario). I motori della futura crescita saranno dati dall'aumento del reddito, dall'invecchiamento della popolazione, dalla tecnologia, dagli investimenti infrastrutturali e dalla green economy.

È necessario puntare sul capitale umano e la formazione

Il cambio di paradigma richiederà di sviluppare nuove modalità di gestione delle risorse umane che tengano conto delle modificate modalità e condizioni di lavoro. Di conseguenza sarà necessaria una certa flessibilità, possibile attraverso la capacità di acquisire nuove abilità e competenze garantita da una effettiva formazione continua, oggi ancora sotto la media europea (rispettivamente 9,3% e 14,6%).

Radicale il cambiamento del cliente

Oggi il cliente è più orientato al risparmio rispetto al passato, fortemente evoluto, esperto ed esigente: il cliente può informarsi online e poi acquistare in negozio oppure informarsi in negozio e comprare online, per poi magari ritirare di nuovo in negozio. L'ingresso dell'e-commerce ha reso più dura la competizione: ecco perché è divenuto imprescindibile investire e innovare e dare risposte alle mutate esigenze.

L'esperienza d'acquisto fisica ha bisogno di essere più moderna

L'esperienza d'acquisto fisica è ritenuta un'attività noiosa che non tiene il passo con i tempi per il 42% degli utenti. Ciò non significa che i negozi abbiano fatto il loro tempo: il cliente vuole ancora toccare e vedere la merce ed essere assistito dagli addetti alle vendite, ma pretende di avere molti dei servizi che trova online: verifica delle disponibilità, consegna rapida, sconti personalizzati.

Basso l'e-commerce in Italia ma in rapido aumento

Circa il 35% dei consumatori compra online, acquisti che valgono circa l'1,5% del Pil, ma con incrementi annuali dell'ordine del 20-30%. In confronto agli Stati europei l'e-commerce in Italia, soprattutto al Sud, non è ancora molto sviluppato, in parte per problemi tecnologici e per la bassa fiducia. In rete si comprano viaggi e assicurazioni, elettronica di consumo e moda. Tra il 2012 e il 2015 in questi settori si rilevano contemporaneamente sia crescita sia diminuzione degli addetti, segnale del fatto che l'e-commerce ha mostrato la corda delle imprese con una debole strategia commerciale, ma allo stesso tempo ha dato delle opportunità ad attività più intraprendenti.