

La doppia sfida Crescita economica e ricerca di nuove forme contrattuali

Occupazione La ripresa? E' in fase di apprendistato

Resca (Confimprese): la formula giusta per fare entrare i giovani
Il nodo della formazione interna. Il peso eccessivo di tasse e contributi

DI ISIDORO TROVATO

Un vero e proprio manifesto programmatico contro la crisi e a favore dell'occupazione giovanile. Lo ha stilato Confimprese, l'Associazione delle imprese del commercio moderno, franchising e grande distribuzione. In un momento storico-economico in cui si va verso la recessione, i consumi ristagnano, l'inflazione torna a raggiungere vette che non si vedevano da anni, anche la disoccupazione valica il livello di guardia e quello occupazionale diventa un problema pressante tanto per le imprese quanto per i giovani disoccupati.

È per questo che Confimprese pone l'accento proprio sulla contrattualistica. «I dati sull'apprendistato — spiega Mario Resca, presidente di Confimprese — raccolti presso i soci della ristorazione e della grande distribuzione organizzata mostrano una sostanziale tenuta dell'apprendistato: attualmente la gran parte dei nostri associati dichiara di voler puntare anche per il futuro su tale tipologia contrattuale, riconfermando per il 2012 i dati dell'anno precedente. Tuttavia, nei periodi di massima stagionalità, in cui necessitano di maggiore forza lavoro, utilizzano anche il tempo determinato e la somministrazione».

Strategie di rilancio

Per rilanciare l'occupazione a tempo indeterminato, il governo sta pensando a rendere più costoso il lavoro temporaneo, in modo da scoraggiare la precarietà. Ma questa scelta pone, secondo le aziende, il concreto rischio di un'ulteriore aumento del costo del lavoro che è tra i più alti al mondo. «A nostro avviso in questo caso non si farebbe che porre ulteriori barriere all'ingresso nel mondo del lavoro — osserva il presidente di Confimprese — danneggiando principalmente i giovani. A ciò si aggiunge che è necessario sia garantire alle nostre imprese la possibilità di stare sul mercato al fine di poter competere a livello internazio-

Progetti
Mario Resca,
alla guida di
Confimprese



Immagine Economica

na e creare di conseguenza nuova occupazione, sia creare le condizioni per attrarre investimenti esteri. Diverso sarebbe parlare di un maggior

costo della flessibilità a fronte di una riduzione sensibile del costo del lavoro per i rapporti a tempo indeterminato».

Non è un caso infatti che da

un recente studio della stessa Confimprese sul costo del lavoro in Europa, emerge che, per esempio, oggi in Italia un addetto alla vendita nel settore dell'arredo inquadrato al 3° livello ha un costo orario lordo del 51,8% in più rispetto alla Gran Bretagna (14,25 euro in Italia contro 9,26 euro in Gran Bretagna) a fronte di un costo orario netto superiore solo del 6,8%.

La formazione

Perplexità emergono anche sul tema della formazione in azienda, aspetto di rilievo per gli aderenti a Confimprese. «Apprendistato e formazione non sono temi scollegati — fa notare Resca —. Per

favorire l'uso dell'apprendistato da parte delle imprese è auspicabile una maggiore chiarezza nei processi di formazione rendendo, di fatto, attivabile e riconosciuta da tutte le Regioni la formazione interna aziendale, indipendentemente da cosa stabiliscono le delibere territoriali».

In ballo c'è la norma per la formazione in azienda senza dover ricorrere ai corsi convenzionati. «A seguito del ricorso presentato da alcune Regioni — spiega Resca — è stata raggiunta un'intesa tra governo, regioni e partiti sociali a fronte della quale è stata inserita una norma che, allo stato attuale, non pare aver risolto il problema della forma-

zione, pur tenendo conto del periodo transitorio ancora in corso. Ci risulta che molte Regioni non riconoscano infatti la possibilità della formazione interna all'azienda, obbligando le imprese a ricorrere ai corsi regionali con enti convenzionati».

Richieste e proposte che rispecchiano la situazione difficile in cui stanno vivendo le imprese italiane, ma anche il clima di progettualità che da qualche anno sembra coinvolgere tutte le associazioni d'impresa. E chissà che un governo tecnico non sia un interlocutore ideale per ascoltare le richieste che arrivano dall'economia reale.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Tre strade per i giovani

APPRENDISTATO	SOMMINISTRAZIONE	TEMPO DETERMINATO
Per i giovani tra i 15 e i 29 anni, consente di acquisire una qualifica personale. Prevede 120 ore di formazione e dal 2012 al 2014 è a costo zero per i datori di lavoro	Prevede il coinvolgimento di tre soggetti: datore di lavoro, lavoratore. Si ipotizza un costo più alto per il datore di lavoro e parità di retribuzione per i lavoratori	Dura da 6 a 9 mesi e vale per categorie disagiate: disoccupati tra i 29 e i 36 anni, donne, disoccupati con più di 50 anni. Ha un'aliquota Inps al 25% a carico del datore di lavoro

Albert



La storia/trasporti

Se la spedizione fa buona scuola

La formazione globale di Tuvia



Trasporti
Marco Oriolo,
alla guida del
gruppo
Tuvia

Network internazionale, mezzi di trasporto di proprietà e corsi di formazione questo il tris vincente di Tuvia, società che opera nel settore della logistica e delle spedizioni dagli anni Ottanta.

«Nel 2007 quando la mia famiglia ha rilevato Tuvia — spiega Marco Oriolo presidente ed amministratore delegato — abbiamo deciso di intraprendere un nuovo percorso strategico sviluppandoci sia orizzontalmente, con un processo di internazionalizzazione, che verticalmente, integrando la catena di distribuzione».

Le tre sedi iniziali in 5 anni sono diventate 22, numero che non accenna ad arrestarsi e che, nel 2012, si incrementerà con aperture in Iraq, Mozambico e Nord Africa.

«Siamo come una start up — afferma Oriolo —. Il nostro è un processo di crescita continua e di costanti investimenti per creare un network capillare». L'Italia rimane il paese più importante ma, ad oggi, le opportunità migliori sono in mercati «difficili» come l'Asia Centrale, l'area del Caspio e l'Africa Occidentale. Per competere non solo con i propri pari ma soprattutto con le multinazionali, Tuvia ha imboccato quindi la via dell'internazionalizzazione: «In un mercato che si riduce la strada vin-

cente, anche se molto onerosa, è quella di porsi su un piano globale. In questo modo possiamo offrire un servizio di qualità maggiore perché garantiamo il controllo sull'intero processo».

Nel 2009 un altro passo importante: la società dà inizio allo sviluppo verticale scegliendo di dotarsi di mezzi di proprietà: «Ci eravamo sempre affidati a partner esterni — prosegue Oriolo —. Ora da semplici spedi-

zionieri siamo diventati proprietari di asset con una maxi acquisizione iniziale di una flotta fino ad arrivare a circa 20 camion».

Parte degli investimenti della società milanese sono destinati poi alle risorse umane: «Puntiamo molto sulla formazione e da qualche mese abbiamo avviato, per i nostri futuri manager, una sorta di mini università aziendale che prevede, per dieci neolaureati, sei mesi di lezioni in aula, seguiti da uno stage in una sede estera». In un mercato così inflazionato si cerca di consolidarsi anche ritagliandosi la propria nicchia: «Siamo nati per i beni di largo consumo ma puntiamo a diventare operatori di progetti industriali concentrandoci nell'impiantistica», dice Oriolo.

ALINE ZAMBELETTI

© RIPRODUZIONE RISERVATA

L'identikit

Tuvia	
Sede:	Milano
Dipendenti in Italia:	80
Fatturato:	65 milioni di euro
Settore:	trasporti logistica e spedizioni

Pparrà

La storia/cosmetica

Il nuovo look parte dai capelli

AdviHair, il rilancio di Cesare Ragazzi



Bellezza
Andrea Mandel Mantello,
alla guida di
AdviHair

Trasformare l'identità dell'azienda, riposizionandola nel settore cosmetico-medicale, rafforzare la sua rete distributiva e sviluppare il business con un respiro internazionale. E' il piano imprenditoriale messo in campo da Advicorp, società d'investimento inglese, che attraverso la controllata AdviHair ha acquisito dalla cooperativa Nord 2000 il ramo d'azienda di Cesare Ragazzi. Un impegno articolato quello dell'impresa di Zola Predosa, che realizza sistemi di infoltimento dei capelli e prodotti tricologici.

«Il nostro obiettivo — racconta Andrea Mandel-Mantello, presidente di AdviHair e fondatore di Advicorp — è stato quello di ristrutturare e rilanciare un'impresa con grandi potenzialità di crescita. Dopo la notorietà degli anni Ottanta e Novanta, nell'ultimo periodo l'azienda era stata colpita da vicissitudini gestionali. Ma dispone di una tecnologia all'avanguardia. Partendo da questi presupposti, abbiamo deciso di tracciare quattro linee d'intervento: riposizionamento del marchio, investimenti in ricerca, riorganizzazione della rete di franchising e formazione continua dei suoi addetti, crescita sui mercati nazionali e internazionali. Come il progetto di una joint-venture per distribuire in Cina».

L'identikit

Advihair	
Sede:	Zola Predosa (Bologna)
Dipendenti:	80
Fatturato:	5 milioni di euro
Settore:	cosmetica

Pparrà

Ma chi sono i clienti dell'azienda bolognese che nel 2011 ha realizzato un giro d'affari di 5 milioni di euro e punta a incrementare il fatturato del 10% entro il 2013? «Il nostro target spazia dai teenager agli ottantenni — spiega Mandel-Mantello —. Il 60% è composto da uomini, il 40% da donne. Contiamo, però, anche grazie alla comunicazione via web, di aumentare la clientela femminile».

Ma gli sforzi di AdviHair sono indirizzati anche a sviluppare rapporti con il servizio pubblico. «Siamo molto soddisfatti della nostra collaborazione con l'Inail — aggiunge Mandel-Mantello —. Offriamo un supporto a chi, per colpa di un incidente sul lavoro, si ritrova a dover ricostruire la capigliatura che ha subito dei danni».

Intanto al quartier generale della società emiliana prevedono di ampliare la rete di vendita e annunciano l'apertura di nuovi centri da aggiungere ai 36 già presenti sul territorio nazionale.

«La distribuzione è composta da centri in franchising sparsi in tutta Italia — conclude Andrea Mandel-Mantello —. Ma nel 2012 ristrutturaremo i locali di Bologna e apriremo sedi, con gestione diretta, a Milano e Roma».

MICHELE AVITABILE

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Dalla Regione Piemonte un aiuto a chi va all'estero

Con un finanziamento triennale di 20 milioni di euro la Regione Piemonte e il sistema camerale hanno approvato un piano a sostegno delle Pmi. L'obiettivo: aiutarle a rafforzare l'attività sui mercati internazionali.

L'Umbria punta sull'economia verde

La Regione Umbria punta sulle energie rinnovabili. Al via un bando di 5 milioni di euro destinati alle imprese intenzionate a investire nel «green business» con progetti innovativi basati sulla produzione di energia pulita.

Per gli stranieri l'Italia è un paradiso. Turistico

Novemila turisti stranieri su 10 indicano l'Italia come meta del proprio viaggio dei sogni. A sostenerlo è l'Osservatorio sul turismo di Unioncamere che segnala un incremento del 4,1% delle presenze nel 2011.

Adesso il franchising va in mostra sul web

Dall'8 al 10 marzo su www.webfranchisingexpo.it si svolgerà la prima fiera interattiva sull'affiliazione commerciale. Promossa da Assofranchising vuole favorire l'incontro tra domanda e offerta.

In bacheca
felicefavacor@hotmail.com