

Confimprese: previste 1.000 aperture nel 2013 e la creazione di oltre 4.000 posti di lavoro

Da: [Silvio Zannoni](#)  

4° Rapporto Confimprese



Milano, 18 dicembre 2013 – In calo i dati sulle aperture di punti vendita rilevati dall'osservatorio Confimprese per il 2013.

Il 4° Rapporto, condotto sull'intera base associativa nel mese di dicembre, evidenzia una flessione delle aperture di nuovi punti vendita sia di proprietà sia in affiliazione rispetto al 2012 (3° Rapporto Confimprese - 1.400 aperture per oltre 5mila posti di lavoro) ed sottolinea il clima di recessione in atto.

A livello nazionale si prevedono 1.000 aperture per un totale di oltre 4.000 nuovi posti di lavoro. «La crisi morde i consumi e per il 2013 le aperture degli associati sono in flessione del 30% sul 2012 – commenta **Mario Resca**, presidente **Confimprese** –. Se guardiamo i dati, conforta il fatto che comunque le nostre imprese continuano ad aprire nuovi punti vendita e creano occupazione e indotto. Nell'attuale congiuntura economica, con fabbriche e negozi che chiudono e la disoccupazione che avanza, il commercio a catena si pone come un'opportunità rilevante sia per chi cerca lavoro sia per le imprese del comparto. Le catene riescono a fronte alla crisi in modo più strutturato rispetto al singolo commerciante, ma è necessario, però, che le istituzioni adottino un riconoscimento ufficiale del comparto e più che legiferare diano attuazione alle normative di semplificazione già esistenti».

Aperture e nuova occupazione per settore

Nella **ristorazione** (rappresentata per l'80% in Confimprese) da segnalare il sempre maggiore peso del canale travel retail, dove le imprese prevedono aperture di nuovi esercizi commerciali. Chef Express (gruppo Cremonini) prevede 2 nuove aree di servizio autostradali, 1 nuovo punto vendita a Fiumicino e 1 nuovo punto vendita nella Stazione di Bolzano. Nel business plan, però, non è contemplato un piano di assunzioni, bensì l'idea di coprire le posizioni utilizzando il personale con una nuova organizzazione. Il marchio Roadhouse Grill, che appartiene all'universo Cremonini, aprirà 6 ristoranti con 30 addetti ciascuno per un totale di 180 nuove persone.

Si cercano in prevalenza figure come l'assistant restaurant manager e il restaurant manager, oltre ad addetti alla griglia, di cucina, al lavaggio, di sala. La ricerca è rivolta a ragazzi e ragazze di età compresa tra i 18 e i 35 anni, disponibili a contratti part-time (mediamente 20h/settimana) e a svolgere turni di lavoro nelle giornate di sabato, domenica e negli orari serali. Poi c'è la posizione di assistente manager, per la quale Roadhouse Grill cerca personale per l'affiancamento e il supporto ai restaurant manager, con buona autonomia e capacità di risoluzione dei problemi in tutte le attività di gestione del punto di ristorazione: organizzazione del lavoro del personale in servizio;



controllo materie prime, gestione approvvigionamenti, piena implementazione delle norme igienico sanitarie e corretta raccolta e registrazione dei dati di amministrazione del personale. I candidati tra i 25 e i 32 anni, sono preferibilmente in possesso di diploma di gestione dei servizi alberghieri o diploma di scuola alberghiera oppure di cultura equivalente. Per i candidati selezionati, previsto un addestramento on the job della durata di almeno 6 mesi, da svolgersi presso le location Roadhouse. L'addestramento, che ha un taglio pratico, riguarda tutte le funzioni del locale (grill, sala, cucina, gestione personale, amministrazione). Autogrill aprirà 11 nuove aree di ristoro, tra cui 1 a Fiumicino, 1 in Stazione Centrale a Milano, ma soprattutto la più grande area di servizio in Europa a Villorese (autostrada Milano-Venezia) con nuovi standard ecocompatibili in cui lavoreranno circa 100 persone. Burger King è stabile sui numeri del 2012: prevede 15 nuove aperture con 25 addetti ciascuno, che porta a un totale di 1370 nuovi addetti. Il gruppo Rana apre 10 ristoranti, per Lindt le aperture saranno 5 di cui 3 all'interno di centri commerciali per un totale di 50 nuovi addetti, che vanno dall'apprendista allo store e area manager.

Aperture nel travel retail anche per Rossopomodoro, che ne prevede 8 con il marchio Rossosapore di cui una a Fiumicino e una a Roma Termini. L'insegna napoletana aprirà anche 3 ristoranti Rossopomodoro (25/28 nuovi addetti) e altrettanti con le insegne Anema & Cozze (25/27 addetti) e Ham Holy Burger (22/25 addetti).

Nell'**abbigliamento** da segnalare un fenomeno che sembra consolidarsi nel tempo: nei centri storici prevalgono le aperture di negozi in franchising, mentre nei centri commerciali quelli dirette, dato l'elevato costo di spese gestionali che un affiliato fatica a sostenere. Alcuni soci evidenziano un rialzo, rispetto al 2011 del numero di acquisti fatto da catalogo, dovuto in gran parte alla continua discesa di potere d'acquisto delle famiglie.

Sempre nell'abbigliamento ci sono aziende che pensano alla diversificazione e l'interesse di alcuni soci si rivolge verso nuovi format. Del resto, in tempi di crisi chi vuole essere lungimirante e ha non solo capitali da investire ma anche una buona tenuta del proprio mercato di riferimento in termini di fatturato e quote di mercato, diversifica. È il caso di Piazza Italia che, su 60 nuove aperture, ne prevede 10 solo per l'abbigliamento bambini. Nei centri storici delle città nasceranno così i negozi Piazza Italia Kids.

A cercare nuovi format è anche Inticom, cui fanno capo i brand Yamamay e Carpisa. L'azienda, il cui fondatore Luigi Cimmino è stato di recente nominato Cavaliere del Lavoro, cavalca l'onda della bellezza aprendo negozi monomarca dedicati esclusivamente alla cosmesi e al make up. Nel solo mese di dicembre ha lanciato 10 negozi lungo tutto lo stivale, dalla Sicilia alla Campania, dall'Emilia Romagna alla Lombardia. Lay out vittoriano, colori istituzionali, rosa e nero, 3 persone per punto vendita, giovani, provenienti da settori affini (profumeria, cosmesi), prezzi concorrenziali a catene come Kiko e Sephora. Quanto al marchio Yamamay, in Italia si prevedono 40 nuove aperture con 280 nuovi addetti. Original Marines prevede 30 aperture di negozi soprattutto nei centri storici delle città per un totale di 120 persone, mentre per Camomilla i nuovi punti vendita saranno 20 con 50 addetti.

Analogamente anche nell'**oggettistica** si assiste a un fenomeno simile: Thun, su 50 nuove aperture, ne prevede 10 a marchio Thun Bimbo e 10 Thun Donna, con prodotti esclusivamente dedicati a queste due categorie.

Quanto alle **calzature**, Compar Bata prevede di aprire in totale 43 nuovi negozi, 18 a marchio Bata e 17 AW Lab, portando il totale punti vendita a 535 a fine 2013. Le figure presenti sul punto vendita sono gli store manager e i commessi. L'azienda punta sui giovani che seguono specifici iter formativi sia in azienda sia in negozio, coadiuvati da 'gerenti formatori' che li aiutano nel loro percorso di crescita.

Bene il settore dell'**ottica**, che registra un andamento anticiclico, vuoi per una motivazione sociologica (l'Italia è un Paese di anziani), vuoi perché le imprese sfornano prodotti non solo di qualità ma anche di design, rinnovando spesso le collezioni. Nau!, che chiude il 2012 con il +30% sul fatturato, aprirà 10 nuovi negozi con 20 addetti in più, Ottica Avanzi ha programmato 20 aperture per un totale di 70 nuovi addetti.

Le imprese associate nel settore della **gioielleria** invitano alla prudenza, anche per la tipologia di prodotti che commercializzano. Stroili Oro aprirà meno punti vendita rispetto al 2011: 8 nei centri città con una media di 4 persone a negozio. L'azienda privilegia i giovani, cui fa seguire un periodo di formazione specifica con gemmologi e di affiancamento con vice store manager nei punti vendita più strutturati, per poi inserirli nei negozi di destinazione finale.

Nel settore **libri** continuano le aperture sia per Mondadori sia per Feltrinelli. La prima ne prevede 26 con 78 nuove persone. L'azienda è orientata verso una più accurata scelta territoriale per aprire location con metrature importanti, anche di 300/400 mq, con un'ampia scelta e un'offerta molto diversificata. Cambiato anche il rapporto con l'affiliato, cui il franchisee garantisce una 'vita' di almeno 6 anni. Numeri simili anche per La Feltrinelli: 15 nuove librerie per 75 addetti.

Nella **cura persona** Vitaldent aprirà 30 negozi, L'Erbolario 20 con un numero totale di addetti compreso tra i 30/40.

Nell'**elettronica di consumo**, che notoriamente sta vivendo una fase di flessione, per Unieuro sono previste 6 nuove aperture con 20 persone assunte per unità. Buone le opportunità di crescita, che da semplice commesso, nel giro di breve tempo, possono portare anche a diventare caporeparto, direttore di punto vendita e, infine, area manager che sovrintende più pv di un'area geografica.

Le imprese dell'**immobiliare**, settore in cui anche nel 2° semestre del 2012 il ridimensionamento dei prezzi e delle transazioni immobiliari ha raggiunto la percentuale più elevata dal 2007, i soci di riferimento sono orientati a consolidare e potenziare ancor di più la presenza sul territorio nazionale. Ne consegue che le agenzie affiliate sono di continuo alla ricerca di collaboratori da avviare a un progetto imprenditoriale. Tecnocasa prevede 150 nuove aperture sul territorio nazionale con la presenza di 3-4 collaboratori (tra i 400 e i 500 in totale), affinché il punto vendita funzioni a pieno regime. Frimm punta a far crescere il proprio network del 10%: circa 160 agenzie entreranno nella rete e porteranno con sé circa 320 posti di lavoro (media di 2 persone a pv). L'azienda punta su anche su agenzie immobiliari che sono già aperte sul territorio e che desiderano entrare nel suo network per usufruire dei servizi Frimm. Nel settore **poste** KiPoint (gruppo SDA) che, oltre ad aprire 15 nuovi punti vendita con una media di 2 persone ciascuno, entra nel progetto Grandi Stazioni dove sono previste 13 aperture con altrettanti addetti. Anche per Smmartpost i nuovi punti vendita saranno 15 con una media di 5/6 persone a negozio e una preminenza di postini e di figure commerciali nel settore postale.

Tipologie contrattuali

Nel commercio valgono diverse forme contrattuali a seconda delle esigenze dell'azienda sia nel caso di punti vendita diretti sia in affiliazione. Privilegiati i contratti full time e part time. Nella ristorazione si utilizzano anche i voucher, il tempo determinato soprattutto per i lavoratori impiegati nei periodi stagionali e la somministrazione, usata quest'ultima anche nell'abbigliamento. Utilizzato anche l'apprendistato, soprattutto per i giovani su cui sia franchisor sia franchisee puntano per una crescita interna al punto vendita, che possa in seguito portarli anche alla qualifica di store manager (responsabile di punto vendita) e area manager (responsabile di più punti vendita in un'area geografica).