

LAVORO

Assunzioni. Il report sulle previsioni delle imprese

Il lavoro dei giovani? In recupero commessi, operai e informatici

Tra i settori bene commercio e alimentare flop per il tessile

Francesca Barbieri

■ Più operai metalmeccanici, commessi e informatici. Meno magazzinieri, manovali edili e tecnici amministrativi. La crisi non si fa sentire allo stesso modo e, in generale, le offerte di lavoro per i giovani sono ancora poche e in calo rispetto all'anno scorso, per alcune figure professionali ci sono maggiori sbocchi.

Secondo il report realizzato dal centro studi Datagiòvani sulle ultime previsioni di assunzione per gli under 30 nelle aziende italiane, sono circa 56mila i posti messi in palio nel secondo trimestre del 2014, di cui circa 23mila per andare a ricoprire picchi di attività stagionali. Si tratta del 27% del totale delle assunzioni programmate per il periodo e rispetto allo stesso trimestre dell'anno scorso il segno è ancora negativo per i giovani (-3,9%), al contrario del dato globale che invece va in direzione opposta (+5,9%).

Ma ci sono buoni segnali di ripresa, a partire da quelli evidenziati in alcune regioni. Da Nord a Sud, Trentino Alto Adige (+33%), Veneto (+11%), Lombardia (+6%), Lazio (+27%) e Campania (+16%), stanno già beneficiando di nuove opportunità lavorative anche e soprattutto per i giovani. Il dato nazionale è spinto ver-

so il basso dal flop di gran parte del Mezzogiorno, che con circa 14mila previsioni di assunzioni di giovani segna un -16% rispetto all'anno precedente. «Anche il Settentrione - precisa Maurizio Del Conte, docente di diritto del lavoro alla Bocconi di Milano - è spaccato in due fra il dinamismo del Nord Est e il ritardo di regioni economicamente importanti come Piemonte e Liguria. Ciò si spiega con le grandi differenze del tessuto imprenditoriale del Paese: le regioni in cui è ancora forte la presenza della vecchia industria dei settori maturi faticano a ridefinire la propria identità produttiva post-crisi, mentre i territori caratterizzati da una ar-

SUL TERRITORIO

Le offerte di impiego sono in aumento in Trentino Alto Adige, Lazio, Campania, Veneto e Lombardia

chitettura industriale leggera e variabile sono più rapidi ad assecondare il cambiamento del contesto economico».

Guardando alle professionalità richieste in maggiore crescita e dai numeri assoluti più consistenti, le posizioni al top nel 2° trimestre 2014 spaziano dagli operai metalmeccanici, sia nella meccanica che in altri settori (1.640 e 1.930 rispettivamente), ai commessi nella grande distribuzione (3.290), passando per tecnici informatici e personale di segreteria. Sono invece in calo

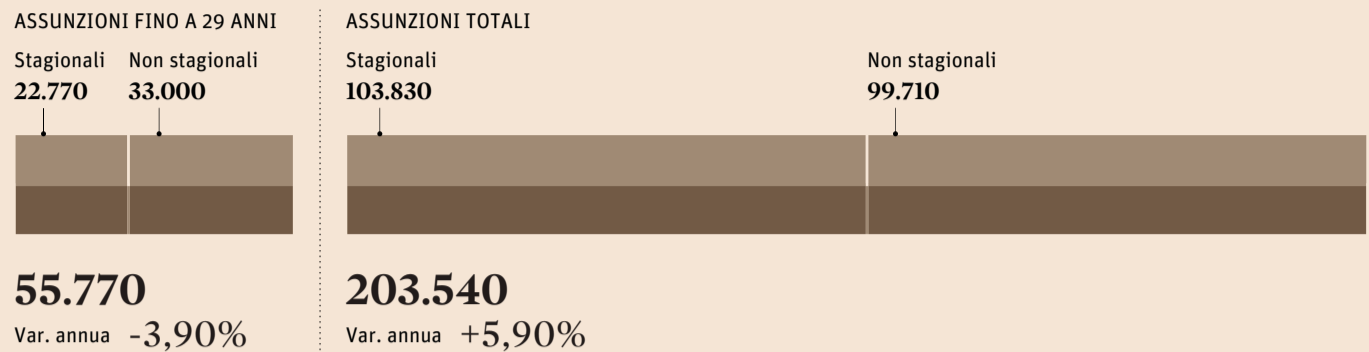
magazzinieri (-39,9%), manovali edili (-36%), cuochi e camerieri (-13%), tecnici amministrativi e finanziari (-32%). La richiesta dei profili si lega a doppio filo con la dinamica settoriale. Nella "hit" dei settori in controtendenza svettano il commercio (quasi 10mila assunzioni, +22,5%), i servizi alle persone (poco più di 5mila, +15%), i servizi operativi di supporto a imprese e persone (attività immobiliari, di noleggio, di pulizie, oltre 2mila opportunità, +13%) e le industrie alimentari (poco meno di 1.500 nuove posizioni, +22%).

Nella lista nera invece i servizi di alloggio, ristorazione e turistici (20.410 posizioni da coprire, -14,4% rispetto al 2013). «Le motivazioni in questo caso possono essere duplice - spiega Michele Pasqualotto, ricercatore di Datagiòvani - : da una parte la crisi ha ridimensionato le strutture, che cercano di far quadrare i conti gestendo anche il picco stagionale con il personale, spesso familiare, a disposizione. Dall'altra, rispetto al passato c'è una maggiore disponibilità di over 30 espulsi da altre strutture, che quindi vengono preferiti a giovani alle prime armi». Vanno male anche il tessile, l'industria metallurgica, l'edilizia e i servizi finanziari. «In queste aree - conclude Del Conte - i nostri giovani faranno ancora molta fatica a trovare sbocchi. Perciò la parola d'ordine deve essere sempre più "occupabilità", che significa soprattutto formazione e riqualificazione professionale in funzione dei cambiamenti del mercato del lavoro».

La fotografia di Datagiòvani

IL TREND

Le assunzioni previste dalle imprese di under 30 e totali nel secondo trimestre 2014 - valori assoluti e variazione sul II trimestre 2013



I SETTORI PIÙ DINAMICI E QUELLI IN DIFFICOLTÀ

Variazioni annue nelle assunzioni di under 30 e previsioni di assunzione trimestrali



LE FIGURE IN CRESCITA E QUELLE IN CALO

Assunzioni complessive (stagionali e non) di under 30 e variazioni percentuali



Fonte: elaborazione Datagiòvani su dati UnionCamere - Ministero del Lavoro

Il programma Ue

Seicento posti fissi dalla Youth Guarantee

■ Tecnici, addetti qualificati nel commercio, ma anche operai e impiegati, in oltre un terzo dei casi con luogo di lavoro in Lombardia. Sono questi i tratti salienti dei "ricercati" dalle aziende che hanno pubblicato i quasi 5mila annunci (per 6.948 posti) attraverso il portale nazionale del programma Garanzia giovani. Si tratta di offerte nel 94,9% dei casi inserite dalle agenzie per il lavoro, nel 4,7% direttamente dalle imprese e in appena lo 0,4% da centri per l'impiego pubblici.

Dal report fornito dal ministero del Lavoro emerge poi che 3.659 annunci sui 4.707 censiti al 17 luglio mettono in palio contratti di lavoro a tempo determinato (il 78% del totale), mentre circa 500 sono le vacancy che portano direttamente a 599 posti fissi. Apprendistato e contratto di collaborazione collettiva insieme appaiono il 3% degli annunci finora pubblicati.

Tra le qualifiche ricercate spiccano le professioni tecniche (33% del numero di vacancy), seguite da offerte per artigiani, operai specializzati e agricoltori (15%), impiegati (14%) e professionisti intellettuali, scientifiche e di elevata specializzazione (13%).

A livello territoriale, invece, è la Lombardia a svettare tra i luoghi di lavoro (34% delle offerte), seguita a lunga distanza da Emilia Romagna (13%) e Veneto (10%), mentre tra le "maglie nere" spicca la Campania con meno di cento annunci pubblicati.

Fr.Ba.

Sport e business. Domani a Torino la presentazione dell'evento Golf, sponsor d'eccellenza per il 71° Open d'Italia



Open your mind. È il claim che sottolinea la comunicazione del 71° Open d'Italia di golf che si svolgerà dal 28 al 31 agosto 2014 presso il Circolo Golf Torino - La Mandria

Fabio Grattagliano

■ Un pool di sponsor di primissimo piano, una strategia di marketing innovativa, un programma di eventi speciali molto fitto in grado di coinvolgere gli appassionati insieme alle loro famiglie e un'attenzione particolare alla cucina di qualità. È il biglietto da visita che il Comitato Organizzatore Open Professionistici di Golf della Fig, di cui è presidente Alessandro Rogato e direttore Barbara Zonchello, può esibire a poco più di un mese dal principale evento italiano che verrà presentato domani al Circolo Golf Torino - La Mandria, sede del 71° Open d'Italia in programma dal 28 al 31 agosto.

Gli sponsor

Grazie a un target medio alto, caratterizzato da stile di vita e livello di spesa superiore alla media, e da una copertura mediatica importante che assicura livelli consistenti di awareness per i brand, la macchina organizzativa dell'Open è riuscita a mettere insieme finora un team di sponsor di altissimo livello (e non si escludono nuove partnership in corso d'opera). A confermare la propria presenza, tra i major sponsor Rolex, guidata in Italia dall'amministratore delegato Giampaolo Marini: l'azienda vanta un connubio con il mondo del golf che risale al 1967 quando associò il proprio mar-

chio al grande campione Arnold Palmer e prosegue oggi con testimonial ai vertici del ranking mondiale come Tiger Woods, Adam Scott e il nostro Matteo Manassero.

Punta sul concetto della tipica ospitalità italiana associata all'eccellenza e al respiro internazionale di un marchio icona del made in Italy la presenza come major sponsor di Lavazza, che conferma anche quest'anno il supporto all'Open d'Italia. A completare la pattuglia dei major sponsor una presenza istituzionale importante come quella della Regione Piemonte che ospita l'evento.

Nomi importanti anche tra gli altri sponsor dove figurano Emirates (official airlines), Dior, Jaguar (official automotive), Colmar (official apparel), e ancora i fornitori ufficiali Titleist, Carlo Fiori, Peviani, Maui Jim e Pomiroeu, mentre come family partner c'è Club Med e come charity partner la Fondazione Ricerca Fibrosi Cistica Onlus. Il partner dei partner istituzionali vede il Coni in qualità di ente patrocinante, Federazione Italiana Golf, Race to Dubai, European Tour, Città di Torino e Torino 2015, Provincia di Torino, Comune di Fiano, Comune di Robassomero e Ente Parchi.

L'evento

A creare interesse nei con-

fronti dell'Open d'Italia, il cui montepremi complessivo è di 1,5 milioni di euro di cui 250mila destinati al vincitore, anche la favorevole collocazione nel complesso calendario di gare europee, perché la tappa italiana sarà l'ultima ad assegnare i punti necessari ai giocatori per entrare a far parte della squadra europea di Ryder Cup, tant'è che per visionare i giocatori candidati e per prendere le ultime decisioni per l'assegnazione delle wild card a sua disposizione ci sarà il capitano, l'irlandese Paul McGinley.

Nei giorni di gara, eventi speciali compresi, e in quelli in cui si effettueranno la prova campo e la pro-am l'accesso per il pubblico sarà gratuito mentre chi non potrà essere presente, potrà fruire della copertura televisiva in diretta garantita da Sky.

Tra le novità di quest'anno da segnalare la tenda ospitalità del merchandising nella quale il pubblico avrà a disposizione i prodotti logati Federazione Italiana Golf e Open d'Italia e la collaborazione con lo chef stellato Pomiroeu Giancarlo Morelli, che sarà a capo del servizio di catering per il villaggio ospitalità, per il villaggio commerciale, per la players lounge e per il media center.

@ilgrattacapo

Il Quotidiano in Classe. ENTRA A FAR PARTE DELLA NUOVA FORMAZIONE.



Mobile, tablet, carta, web. L'informazione si rinnova, si amplia, ma non cambia. Ciò che cambia è il modo di applicarla. Ma tra tante notizie come si può riconoscere il giornalismo di qualità dal resto dell'informazione disponibile? Grazie al progetto "Il Quotidiano in Classe", studenti e professori hanno la possibilità di discutere e confrontarsi a scuola sui grandi temi d'attualità, per capire meglio quello che accade nel mondo e per imparare a distinguere l'informazione di qualità dal resto della comunicazione disponibile, sviluppando quello spirito critico che rende l'uomo più libero.

"IL QUOTIDIANO IN CLASSE" SARÀ ANCORA PIÙ RIVOLUZIONARIO, ANCORA PIÙ ANTICONFORMISTA E ANCORA PIÙ SORPRENDENTE, ENTRA A FAR PARTE DELLA NOSTRA SQUADRA!

VISITA IL SITO WWW.OSSERVATORIONLINE.IT E CONTATTACI ALL'INDIRIZZO EMAIL ADESIONI@OSSERVATORIONLINE.IT



In edicola Grande guerra, Il Sole racconta i protagonisti

■ In occasione del 100° anniversario della prima Guerra mondiale, Il Sole 24 Ore presenta oggi in edicola il primo numero della collana «protagonisti della grande guerra», una collana dedicata ai principali protagonisti della primo conflitto mondiale. Si tratta di un'opera originale, unica e preziosa, per riscoprire le pagine della storia attraverso i suoi più significativi attori e che ogni lunedì sarà in edicola per un totale di venti volumi.

La prima guerra mondiale fu un conflitto armato che coinvolse le principali potenze tra l'estate del 1914 e la fine del 1918 e che ha segnato il punto di svolta nella condizione economica politica dell'Europa. Il conflitto che ha modificato l'assetto geopolitico europeo ha visto il coinvolgimento di molti personaggi: dai generali e dagli statisti che presero parte al conflitto, ai sovrani ed alle case reali che governavano in Europa.

La collana racconta le biografie dei personaggi più importanti della Grande Guerra: da Vittorio Emanuele III a Giolitti e Clemenceau, Badoglio, Cadorna e Diaz, Churchill e Pershing, Battisti e Fabio Filzi e molti altri.

I volumi, inediti e scritti da storici e docenti universitari di storia contemporanea, tracciano un quadro articolato e originale, ricostruendo il contesto storico politico e proponendo approfondimenti su ogni personaggio, sul suo agire e sul suo operato.

Il primo volume in edicola da oggi 21 luglio con Il Sole 24 Ore è dedicato alla figura di Vittorio Emanuele III, che fu fulcro del clima in cui si maturò la decisione per l'Italia di entrare nel conflitto. I volumi successivi saranno in edicola a partire da ogni lunedì a 9,90 euro oltre al prezzo del quotidiano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA