

Caratteristiche occupazionali della grande distribuzione nell'area metropolitana milanese

di *Andrea Pietrantoni*

Premessa

Tra i fenomeni più importanti nell'evoluzione occupazionale e imprenditoriale del terziario milanese degli anni Novanta c'è quello di una rilevante ristrutturazione del commercio al dettaglio, con una forte diminuzione dei piccoli esercizi a conduzione familiare e dei relativi addetti e una parallela crescita dell'occupazione nella grande distribuzione e nella logistica. I piccoli esercizi a conduzione familiare sopravvivono soprattutto quando riescono ad individuare una propria nicchia merceologica o si avvicinano alle modalità commerciali della grande distribuzione⁽¹⁾. Ma è indubbio che è l'espansione della grande distribuzione ad avere un ruolo centrale nel processo di modernizzazione e razionalizzazione della struttura dei servizi in una città come Milano; e che molto rilevante è anche di conseguenza il peso del settore nel mercato del lavoro locale.

A tale centralità quantitativa e qualitativa, non ha però finora corrisposto un'adeguata attenzione al tema da parte degli studi e delle ricerche. E invece il processo di crescita della grande distribuzione pone diversi interrogativi importanti che riguardano i comportamenti sia dell'offerta sia della domanda di lavoro. Dal primo punto di vista, occorre interrogarsi su quanto e in quale modo si stia evol-

vendo e modificando l'offerta di lavoro della grande distribuzione a Milano. Tra le tesi più accreditate tra gli studiosi in tema di terziarizzazione, vi è quella della polarizzazione crescente delle condizioni e dei livelli retributivi del personale coinvolto nello sviluppo dei servizi delle città globali⁽²⁾. In quest'ottica ci si aspetta che accanto a un *core group* di personale ad alta qualificazione e alti livelli retributivi si affianchi un gran numero di addetti in condizioni di lavoro a elevata incertezza (lavori temporanei, stagionali, *ad hoc*), spesso a bassa qualificazione professionale, a bassi livelli retributivi.

Ma sono queste le tendenze che caratterizzano la grande distribuzione a Milano? Quanto essa ha offerto opportunità occupazionali alla crescente offerta di lavoro femminile? Quanto ha costituito occasione di integrazione sociale per i lavoratori immigrati? Qual è stata la capacità di offrire occasioni interessanti di impiego per nuove figure professionali e giovani con alto livello di istruzione? Qual è la possibilità offerta di trovare condizioni di impiego stabili? Quali sono infine i livelli retributivi del settore?

Obiettivo di questo articolo è quello di analizzare, attraverso i dati disponibili e le interviste ai testimoni privilegiati, le condizioni occupazionali che assume il settore nell'area metropolitana milanese

non prima di averne dato una definizione tecnica.

Definizione tecnica delle tipologie di vendita

La FAID (Federazione Associazioni Imprese Distribuzione), ora Federdistribuzione (che rappresenta il commercio moderno), distingue tutte le aziende del comparto distributivo distinguendole dagli esercizi di commercio al dettaglio a conduzione familiare e preferendo tuttavia utilizzare la definizione di “commercio moderno” o “imprenditoriale” al posto di “grande distribuzione”⁽³⁾.

Al di là di queste sottigliezze concettuali, la FAID considera, nelle proprie elaborazioni statistiche, le superfici di vendita al di sopra dei 400 mq secondo le tipologie di punto vendita. Tra queste vi sono innanzitutto le tipologie “pure”:

- supermercati alimentari (compresi reparti alimentari dei grandi magazzini);
- grandi magazzini (non alimentari);
- ipermercati, comprendenti sia alimentari che non alimentari;
- *cash & carry*, magazzini all'ingrosso a libero servizio sia alimentari che non alimentari (per accedere ai quali di solito si richiede una tessera: servono piccoli commercianti al dettaglio, comunità e convivenze, alberghi e ristoranti, e anche privati) sia alimentari che non alimentari.

Alle tipologie “pure” si aggiungono le tipologie “miste”, risultato della mescolanza tra le prime. Tra queste le più importanti sono:

- i centri commerciali, dove a un ipermercato o un grande supermercato si aggiungono una serie di negozi. Tuttavia in termini più specifici non c'è una definizione univoca. Tra gli elementi comuni alle definizioni istituzionali utilizzate in Italia vi sono: una superficie di vendita complessiva non inferiore ai 2.000 mq, la presenza di almeno un supermercato come polo di attrazione, a cui si aggiungono almeno 8-10 negozi specializzati, una serie di attività paracommerciali (bar, banche, posta) e/o extracommerciali (cinema, teatri sale convegno), con infrastrutture comuni (il parcheggio in primo luogo) e una gestione unitaria degli spazi e delle infrastrutture comuni⁽⁴⁾;
- la distribuzione specializzata (DS) costituita dai *category killer*, cioè catene di negozi, in generale singolarmente più grandi degli esercizi al dettaglio a conduzione familiare, specializzati in una determinata tipologia di prodotto: elettronica ed elettrodomestici; mobili; attrezzature per il fai da te e così

via. La distribuzione specializzata, come avviene per il comparto in generale, ha diverse tipologie basate sulle stesse dimensioni della grande distribuzione e tra queste la più importante è la dimensione legata all'organizzazione aziendale articolata secondo le variabili più importanti come il tipo di integrazione, se verticale, che riunisce produzione e distribuzione, o orizzontale, cioè limitata alla distribuzione; e la proprietà dei punti vendita, se della catena o in *franchising*⁽⁵⁾.

Quindi, il settore *food* è costituito dai supermercati, dalle superfici alimentari di ipermercati e *cash & carry* e indirettamente dai centri commerciali mentre il settore *non food* è costituito dai grandi magazzini, dalle superfici non alimentari degli ipermercati, dalla distribuzione specializzata e indirettamente dai centri commerciali.

Infine e secondariamente, sulla base del prezzo, le tipologie suddette, soprattutto minimercati, supermercati e grandi magazzini, si dividono tra esercizi standard ed esercizi definiti *discount*, negozi caratterizzati da una politica dei prezzi estremamente aggressiva e dall'esclusione più o meno accentuata delle marche commerciali nazionali *leader* degli assortimenti⁽⁶⁾.

Dopo aver chiarito il concetto di grande distribuzione, ci proponiamo di analizzare lo spazio che trova negli studi il tema delle caratteristiche occupazionali della grande distribuzione nell'area metropolitana milanese.

Gli studi

Nonostante l'importanza del fattore umano per lo svolgimento delle attività sia maggiore nel terziario che nell'industria, il carattere a-problematico della percezione del lavoro nel terziario e in modo particolare nella grande distribuzione si evince dalla scarsità di studi sulle caratteristiche occupazionali nel terziario in generale ma soprattutto nel settore della grande distribuzione⁽⁷⁾; in particolare nell'area metropolitana milanese dove la grande distribuzione ha iniziato a svilupparsi nel nostro Paese.

Bisogna risalire alla fine degli anni Ottanta per trovare un'indagine sulle caratteristiche occupazionali della grande distribuzione nell'area metropolitana milanese⁽⁸⁾. Tuttavia, alcuni tra i dati che emergono da quell'indagine, anche se ormai datata, sono interessanti in termine di comparazione con i dati attuali che presenterò in seguito. Il campione era formato per il 65,4% da donne. Dalla distribuzione

per classi d'età, la metà degli intervistati aveva tra i 26 e 40 anni, l'11,5% era costituito da giovani fino a 25 anni e il 36% da lavoratori che avevano superato i quarant'anni. Il titolo di studio più diffuso era il diploma della scuola dell'obbligo (60,8%), mentre il 24,2% aveva frequentato la scuola secondaria superiore e l'1,7% frequentava l'università o aveva la laurea. Nel settore alimentare lavorava il 59% degli intervistati e in particolare l'85% degli uomini e il 45% delle donne. Nel settore non alimentare operava il 45% degli intervistati tra cui il 54,8% delle donne e il 14,8% degli uomini. Il rapporto di lavoro prevalente era quello a tempo indeterminato (82,9%), mentre nel 13,4% dei casi era a tempo determinato e nel 3,7% a contratto formazione lavoro. Il part-time interessava il 18% degli intervistati di cui il 26% delle donne e il 3,9% degli uomini. Dall'incrocio tra la durata dell'orario contrattuale (tempo pieno o part-time) con la durata del rapporto (a tempo indeterminato o determinato) il contratto a tempo determinato riguardava prevalentemente orari a tempo pieno, anche se in piccola parte di formazione-lavoro, ma non mancavano contratti part-time a tempo determinato. A tempo pieno e indeterminato vi era il 96% degli uomini (76,9% delle donne), mentre i due terzi dei contratti a tempo determinato erano rappresentati dalle donne, molte delle quali a part-time. I contratti di formazione e lavoro (ora non esistono più) erano proporzionalmente più diffusi tra gli uomini, fra i quali era prevalente in modo netto il tempo pieno, al contrario di quanto avveniva tra le donne.

I contratti di lavoro a tempo determinato erano più diffusi nel settore alimentare (19,2%) che in quello non alimentare (14,2%). Infine, relativamente alle qualifiche professionali, la presenza delle donne su attività di carattere direttivo/gestionale (esclusive o miste) era del 4,4% contro il 13,3% degli uomini. All'interno del gruppo identificato come "addetti alla vendita", prevalevano coloro che si occupavano di rifornimento (18,2% del totale, per il 69,2% uomini), seguiti da chi lavorava alle casse (17,7% del totale per il 95% donne) e alla vendita (7,5% del totale di cui 83,3% donne). Gli specialisti erano l'11% del totale e al loro interno le donne erano il 23,9%. Gli impiegati, che erano il 3,7% del totale, erano prevalentemente donne (83,3%)⁽⁹⁾.

Incominciamo ora ad analizzare le caratteristiche occupazionali che assume oggi il settore nell'area metropolitana milanese.

Il quadro attuale

Genere, età, livello di istruzione

Oggi è possibile avere un quadro descrittivo delle caratteristiche occupazionali della grande distribuzione nell'area metropolitana milanese, attraverso la rielaborazione dei dati disponibili e le interviste a testimoni privilegiati; con una premessa: i dati disponibili (tranne quelli relativi all'occupazione che sono basati sul numero degli addetti) sono basati sugli avviamenti che si riferiscono al mutamento di un lavoratore dallo stato di disoccupato a quello di occupato, riguardano cioè i flussi della forza lavoro e benché non rispecchino fedelmente la realtà sono in grado di fornire orientamenti generali abbastanza attendibili.

Prendendo in esame ipermercati, supermercati e grandi magazzini (tabella 1), che rappresentano la parte più importante della grande distribuzione, ciò che appare subito evidente nel 2005 è la predominanza di addetti donne. Se poi osserviamo la serie storica 2000-2005 (tabella 2) si nota che l'aumento dell'occupazione dei supermercati è da mettere in relazione soprattutto all'incremento del numero di addetti uomini mentre l'aumento dell'occupazione degli ipermercati dipenderebbe soprattutto dall'incremento del numero di addetti donne. Il crollo dell'occupazione dei grandi magazzini, invece, sarebbe legato alla diminuzione del numero di addetti uomini.

Per quanto riguarda invece le forme minori di grande distribuzione, *cash & carry* e distribuzione specializzata (tabella 3), i primi nel 2004 hanno la prevalenza di addetti uomini mentre la seconda ha la prevalenza di addetti donne. Tuttavia osservando le rispettive serie storiche (tabelle 4 e 5), nei *cash & carry* c'è una diminuzione di addetti dovuta soprattutto alla componente maschile dell'occupazione mentre nella grande distribuzione specializzata

Tabella 1 – Ipermercati, supermercati, grandi magazzini: occupati per genere 2005

	% Maschi	% Femmine	Totale
Supermercati	46	54	13.905
Grandi magazzini	24	76	2.251
Ipermercati	38	62	7.747
% su Totale	41	59	23.633

Fonte: elaborazione su dati *Annuario Statistico Lombardia*

Tabella 2 – Ipermercati, supermercati, grandi magazzini: occupati per genere 2000-2005, indice di variazione

	Uomini 2000	Uomini 2005	Indice di variazione 00-05 (2000 = 100)	Donne 2000	Donne 2005	Indice di variazione 00-05 (2000 = 100)
Supermercati	4.691	6.376	135	6.867	7.529	109
Grandi magazzini	1.512	551	36	1.833	1.700	92
Ipermercati	2.518	2.872	114	3.766	4.605	122

Fonte: elaborazione su dati *Annuario Statistico Lombardia*

l'aumento dell'occupazione è da mettere in relazione soprattutto alla componente femminile. In complesso si tratta quindi di un mercato del lavoro prevalentemente femminile che tende a diventarlo sempre di più.

Passando ai dati sugli avviamenti emerge che gli avviati sono soprattutto giovani con un basso livello di istruzione (tabelle 6 e 7). Le fasce di età 20-24 e 25-29 rappresentano oltre il 50% degli avviati e il 36% degli avviati ha la scuola dell'obbligo ma negli ultimi anni anche per le fasce meno qualificate dei lavoratori è richiesto il diploma di scuola media superiore. Per quanto riguarda l'età invece, secon-

do gli intervistati, si è di fronte a un processo di "svecchiamento" con il risultato che le imprese vecchie hanno lavoratori con età media alta mentre le imprese giovani hanno lavoratori con età media bassa. Un dirigente sindacale osserva in proposito che «l'età media cambia da azienda ad azienda; le aziende vecchie hanno l'età media alta, le aziende giovani hanno l'età media bassa [...] ad esempio la Fnac, che è un'azienda nata dalle ceneri della Standa nel senso che ha acquisito i punti vendita Standa che Coin non ha voluto tenere, ha due fasce distintissime di lavoratori: gli ex Standa dai 45 anni in su e tutti i dipendenti Fnac che hanno 25 anni» (In-

Tabella 3 – Cash & carry, distribuzione specializzata: occupati per genere 2004

	% Maschi	% Femmine	Totale
Cash & carry	60	40	859
Distribuzione specializzata	43	57	4.187
Totale	46	54	5.046

Fonte: elaborazione su dati *Annuario Statistico Lombardia*

Tabella 4 – Cash & carry: occupati per genere 2000-2005, indice di variazione

	Uomini 2000	Uomini 2004	Indice di variazione 00-04 (2000 = 100)	Donne 2000	Donne 2004	Indice di variazione 00-04 (2000 = 100)
Cash and carry	530	516	97	364	343	94

Fonte: elaborazione su dati *Annuario Statistico Lombardia*

Tabella 5 – Distribuzione specializzata: occupati per genere 2000-2005, indice di variazione

	Uomini 2002	Uomini 2004	Indice di variazione	Donne 2002	Donne 2004	Indice di variazione
Distribuzione specializzata	853	1.812	212	1.016	2.375	233

Fonte: elaborazione su dati *Annuario Statistico Lombardia*

Tabella 6 – Avviamenti per età nella Provincia di Milano (2003 + 2004 + 2005)

	Fino 19	20-24	25-29	30-34	35-39	40-44	45-54	Oltre 50	Totale
Ipermercati	2,3	29,6	26,4	20,5	10,7	6,1	3,2	0,8	4.460
Supermercati	1,1	28,3	26,1	21,9	10,1	5,9	4,3	1,8	5.375
Grandi magazzini	0,7	24,2	22,6	18,4	11,6	8,9	8,2	4,9	3.660
Totale	196	3.735	3.414	2.775	1.451	924	684	316	13.495
% su Totale avviamenti (iper+super+grandi magazzini)	1,4	27,6	25,2	20,5	10,7	6,8	5	2,3	100

Fonte: elaborazione su dati Osservatorio Mercato del Lavoro

Tabella 7 – Avviamenti per titolo di studio (2003 + 2004 + 2005)

	Formaz. prof.	Scuola obbligo	Istruz. prof.	Scuola media sup.	Diploma univ.	Laurea	Mancante	Totale
Ipermercati	0,5	37,1	1,4	24,2	-	5,1	30,5	4.460
Supermercati	0,4	43,8	1,3	21,8	0,3	1	31,2	5.375
Grandi magazzini	0,3	23,8	1,1	24	1,6	3,6	45,3	3.660
Totale	62	4.885	179	3.138	114	417	4.700	13.495
% su Totale avviamenti (iper + super + grandi magazzini)	0,4	36,1	1,3	23,2	0,8	3	34,8	100

Fonte: elaborazione su dati Osservatorio Mercato del Lavoro

intervista ad un funzionario della Filcams).

Tipologie contrattuali, ruoli professionali

Osservando le tipologie contrattuali impiegate negli avviamenti (tabella 8), se a prima vista il contratto a tempo indeterminato a tempo pieno con il 26,8% rappresenta la tipologia contrattuale più impiegata, a un'analisi più attenta il part-time trasversalmente al tempo indeterminato e a quello determinato supera il 26,8% ed è quindi in ultima analisi la tipologia contrattuale più impiegata. Addirittura negli ipermercati il contratto a tempo determinato part-time batte da solo il contratto a tempo indeterminato e ciò è da mettere in relazione alla recente apertura di molti ipermercati e alla possibilità, prevista dal contratto nazionale, di superare i quantitativi massimi di utilizzo dei contratti a termine nel caso di nuove aperture. Se poi consideriamo le tipologie contrattuali impiegate nel totale (iper + super + grandi magazzini) rispetto al commercio nel suo complesso, considerando cioè anche il com-

mercio all'ingrosso, emerge che il contratto di inserimento part-time è il più importante.

Il part-time quindi indipendentemente dalla specifica forma contrattuale con cui si presenta, ha un peso importante nella grande distribuzione e ciò è dovuto ai flussi variabili della clientela che caratterizza questo settore e alla conseguente necessità delle imprese di avere un'organizzazione del lavoro estremamente flessibile; tanto che una forma estrema del part-time è costituita dai così detti "contratti week-end" esclusivamente per il sabato e la domenica a cui sono particolarmente interessati gli studenti. È bene anche sottolineare, come mettono in evidenza alcuni intervistati, che il part-time continua ad essere più impiegato a favore delle donne. Tuttavia oggi, rispetto al passato, le donne sono meno propense a utilizzarlo e la ragione di questo minore gradimento delle donne sta nel fatto che le aziende, con le nuove normative sul part-time, possono, e in questo caso lo fanno, modularlo secondo schemi molto flessibili e variabili che rendono difficile il problema della conciliazione tra

vita lavorativa e vita familiare. Il complesso dell'esteso impiego delle tipologie contrattuali atipiche, di cui costituisce una parte importante il part-time, è alla base anche dell'alto turn-over di questo settore anche se per un dirigente sindacale «il *turn over* nella grande distribuzione è meno alto di quello che si pensa soprattutto in questi ultimi anni; c'è questo strano fenomeno per il quale la gente vive il rapporto con il suo lavoro in modo precario cioè "io entro ma sono venuto qua e domani me ne vado, non è il mio lavoro questo, resto qua in attesa di qualcosa di meglio"; il fatto è che quell'attesa dura generalmente un lasso di tempo tale per il quale non sai più dove andare» (Intervista ad un

funzionario della Filcams, cit.).

Inoltre l'estensione dell'impiego delle tipologie contrattuali atipiche sembra sia inoltre legato ai processi di "svecchiamento" delle imprese del settore.

Sui dati relativi ai ruoli professionali presenti nella grande distribuzione (tabella 9), emergono delle tendenze meno chiare. I ruoli generici (hostess di cassa, inventaristi, addetti al rifornimento scaffali, addetti alla vendita, ecc.), cioè ruoli non qualificati, sono i più numerosi nel totale delle tre forme della grande distribuzione, anche se esistono delle differenze al loro interno. Negli ipermercati prevalgono i ruoli generici con un valore molto alto (45,3%)

Tabella 8 – Avviamenti per tipologia contrattuale (2003 + 2004 + 2005)

	Ipermercati	Supermercati	Grandi magazzini	Totale	% su Totale avviamenti (iper + super + grandi magazzini)	% su Totale Avviamenti comm. ingr. e dett.
Apprendistato	13,5	6,8	2,7	1.073	7,9	18,4
Apprendistato part-time	0,3	0	0,2	26	0,1	25
Cfl	3,5	6,4	1,5	563	4,1	35
Cfl part-time	0	0,3	0,3	35	0,2	36
Contratto di inserimento	1,1	2,2	0,7	199	1,4	40,2
Contratto di inserimento part-time	0,5	1,6	0,1	114	0,8	69,5
Interinale						
Interinale part-time						
Lavoro a chiamata	0,1			6	0	18,7
Lavoro a chiamata part-time						
Lavoro a domicilio						
Lavoro ripartito	0			1	0	50
Tempo determinato	17,4	21,7	20	2.684	19,8	11
Tempo determinato part-time	31,1	20,5	21,9	3.298	24,4	30
Tempo indeterminato	17,2	26,6	38,7	3.618	26,8	11
Tempo indeterminato part-time	12,6	12,1	12,2	1.668	12,3	21
Avviamenti di un giorno	1	1	0,6	124	0,9	1
Totale	4.460	5.375	3.660	13.495	100	

Fonte: elaborazione su dati Osservatorio Mercato del Lavoro

Tabella 9 – Avviamenti per grado (2003 + 2004 + 2005)

	Ipermercati	Supermercati	Grandi magazzini	Totale	% su Totale avviamenti (iper + super + grandi magazzini)
Altro	2,7	3,1	1,7	355	2,6
Apprendista	13,7	7	3,5	1.122	8,3
Assistente	7,3	6,7	14,2	1.213	8,9
Capo reparto/ufficio	0,6	1,2	6,3	332	2,4
Capo settore/cantiere	5	0	0	5	0
Caposquadra	0	0	3	3	0
Dirigente	0	0,5	1,5	89	0,6
Generico	45,3	28,7	26,3	4.532	33,5
In formazione/lavoro	5	8,6	1,9	762	5,6
Intermedio/quadro	0,8	1,2	11,5	532	3,9
Qualificato	22,5	37,4	31,6	4.178	30,9
Senza esperienza professionale	0,1	0,9	0,2	65	0,4
Specializzato	1,2	3,1	0,4	244	1,8
Specializzato super	0,1	0,8	0,1	60	0,4
Vice capo settore/cantiere	0	0	0	3	0
Totale	4.460	5.375	3.660	13.495	100

Fonte: elaborazione su dati Osservatorio Mercato del Lavoro

mentre nei supermercati e grandi magazzini prevalgono i ruoli qualificati rispettivamente con il 37,4% e il 31,6%.

Bisogna poi sottolineare che l'inquadramento contrattuale di un lavoratore "generico" al suo ingresso in azienda, corrisponde a un quarto livello detto "addetto alle operazioni ausiliarie alla vendita", come previsto dal contratto nazionale del commercio. A questo livello non c'è nessun tipo di professionalità; in realtà non sono rari i casi in cui un lavoratore "generico" possa svolgere più di una mansione con la possibilità di occuparsi anche di mansioni specialistiche. In proposito rende bene l'idea un dirigente sindacale, per cui «gli ambiti della promiscuità normalmente sono cassa, scatolame e poi i reparti specialistici intendo dire gastronomia pescheria e macelleria, quindi sono due ambiti diversi [...] quindi l'addetto vendita che sta in cassa per due o tre ore a un certo punto viene chiamato

dal box e gli si dice [...] vai in pescheria perché abbiamo bisogno di un presidio in pescheria, vai in gastronomia perché abbiamo bisogno di un presidio in gastronomia» (Intervista al Segretario regionale della Uiltucs).

Come sottolineano gli intervistati i ruoli generici sono occupati soprattutto da donne.

Presenza di immigrati, retribuzioni

Infine disponiamo dei dati sulla presenza degli immigrati e sulle retribuzioni (tabelle 10 e 11). Il peso degli immigrati sul totale degli avviamenti è molto piccolo (4%) con una punta massima nei supermercati (5%). La loro presenza, secondo quanto riferiscono gli intervistati, è maggiore nei servizi esternalizzati dalle imprese come nel caso delle attività di pulizia e della logistica. Secondo un esponente di Federdistribuzione «i lavoratori immigrati costi-

tuiscono una variabile indipendente [...] la grande distribuzione non è un settore dove li cercano ma non è neanche un settore dove non li vogliono» (Intervista al Responsabile area lavoro di Federdistribuzione). Secondo l'intervistato la bassa presenza di extracomunitari nella grande distribuzione dipende dalla scarsa offerta di lavoro degli extracomunitari in questo settore e dalla loro preferenza a cercare un impiego più redditizio come operai specializzati nell'industria.

Osservando il quadro sulla retribuzione totale annua lorda delle figure di vendita (le figure prevalenti nella grande distribuzione) in rapporto all'area geografica, si assiste a una geografia delle retribuzioni a "macchia di leopardo" in cui è difficile delineare un quadro regolare. Probabilmente ciò è dovuto agli investimenti più marcati dei grandi gruppi multinazionali nel largo consumo in determinate aree. Iniziando ad osservare il comparto alimentare il dato più interessante riguarda i quadri: quelli pagati meglio sono al Sud; con una media di 49.472 euro lordi all'anno precedono Roma e Milano, entrambe comunque al di sopra della media nazionale. Le retribuzioni migliori per gli impiegati del

settore alimentare, invece, sono Milano e il Nord-Ovest, mentre il fanalino di coda è paradossalmente il Sud. Tra quadri e impiegati si tratta di retribuzioni medie superiori di oltre due volte: 49.472 euro contro 22.692. Un'interpretazione di questo dato può essere attribuita al basso costo del lavoro nelle fasce più deboli dei lavoratori, sia all'altrettanto debole classe dirigente, alla quale spesso si sostituiscono quadri con elevate competenze. Nel settore non alimentare la situazione appare allineabile a un quadro nazionale più prevedibile: grandi opportunità retributive a Milano (quadri: 48.307 euro; impiegati: 26.850); a seguire il Nord-Ovest e come mercato più debole il Meridione. La città di Roma mostra parametri anomali: un'eccessiva valutazione retributiva per i quadri (+ 17% sulla media) e una situazione per gli impiegati altrettanto sottodimensionata (- 12%)⁽¹⁰⁾.

Conclusioni

Rispondendo alle domande di partenza, possiamo affermare che i dati e le interviste confermano un certo stereotipo di un settore. In primo luogo, i dati

Tabella 10 – Avviamenti per immigrazione (2003 + 2004 + 2005)

	Ipermercati	Supermercati	Grandi magazzini	Totale	% su Totale avviamenti (iper + super + grandi magazzini)
Immigrati	3%	5%	4%	552*	4

Fonte: elaborazione su dati Osservatorio Mercato del Lavoro

Tabella 11 – Retribuzioni per area geografica 2005 (retribuzione totale annua lorda delle figure di vendita)

	Alimentare	Alimentare	Non alimentare	Non alimentare
	Quadri	Impiegati	Quadri	Impiegati
Nord-ovest	45.295	25.995	46.471	27.015
Nord-est	43.806	24.970	46.900	24.598
Centro	45.586	24.014	45.418	25.346
Sud	49.472	22.692	45.057	21.936
Milano	47.765	26.660	48.307	26.850
Roma	49.381	24.702	55.074	22.237

Fonte: Largo Consumo

sull'occupazione ci mostrano come siano soprattutto le donne ad essere occupate nella grande distribuzione (la differenza occupazionale tra donne e uomini è più rilevante nei grandi magazzini tranne nel caso della distribuzione specializzata e dei *cash & carry* che rimangono ancora forme di grande distribuzione a prevalenza maschile). In secondo luogo, secondo quanto emerge dai dati e dalle interviste, le donne caratterizzerebbero un settore per lo più formato professionalmente da giovani poco istruiti, prevalentemente impiegati a part-time, spesso a tempo determinato, in mansioni dequalificate e a bassa retribuzione. Bassa è invece la presenza di immigrati nel settore. Questi risultati, rispetto a quelli che emergono dall'indagine del 1987, mostrerebbero un settore caratterizzato più da tipologie contrattuali atipiche in cui occupano uno spazio importante il contratto a tempo determinato e il part-time. Alla luce della tesi di Sassen sulla polarizzazione crescente delle condizioni occupazionali del personale come effetto della terziarizzazione nelle grandi città e del conseguente sviluppo dei servizi delle città globali, la grande distribuzione è quindi tra i settori che subiscono gli effetti negativi della terziarizzazione nelle grandi città che nella grande distribuzione dell'area metropolitana milanese sono subiti soprattutto dalle donne.

Sorge quindi spontanea una domanda: in un settore caratterizzato da un mercato del lavoro dequalificato come quello della grande distribuzione nell'area metropolitana milanese, qual è il ruolo giocato dalle organizzazioni di rappresentanza del lavoro?

Questa domanda ci conduce all'altro lato del problema: quello delle politiche manageriali di gestione del personale. Alcuni studi degli anni Ottanta e Novanta ⁽¹¹⁾ avevano messo in evidenza la presenza nel settore di politiche del personale particolarmente innovative, che spesso anticipavano soluzioni poi adottate nell'industria, e in cui trovavano anche spazio propositivo e innovativo le rappresentanze del lavoro. In un contesto, anche normativo, mutato, quali sono oggi le strategie di acquisizione del personale delle grandi aziende e a quali logiche si ispirano? In un'area dell'economia in cui il fattore lavoro è particolarmente cruciale, quali sono i problemi nuovi di regolazione del lavoro e delle condizioni d'impiego che sono oggi all'ordine del giorno? Quali le eventuali richieste poste alle autorità locali per favorire lo sviluppo economico e occupazionale del settore? La criticità del mercato del

lavoro della grande distribuzione pone quindi nuovi interrogativi e prospettive di ricerca.

Andrea Pietrantonì

Dottore di ricerca in Scienze del lavoro

Note

⁽¹⁾ G. BALLARINO, *Il quadro generale del sistema dei servizi nell'area metropolitana milanese*, Ires, Milano, 2000.

⁽²⁾ S. SASSEN, *Le città nell'economia globale*, Bologna, Mulino, 1997.

⁽³⁾ La prima denominazione si trova, ad esempio, su *Notizie Faid* (il mensile per la stampa dell'associazione), 1998, n. 12, 3; la seconda sulla brochure di presentazione dell'associazione (intitolata *Faid*, senza data) attualmente in distribuzione, 2. Dal numero citato di *Notizie Faid* proviene anche la tipologia presentata sotto.

⁽⁴⁾ F. ANCONA ET AL., *La rete distributiva in Lombardia*, Irer, Milano, 1999.

⁽⁵⁾ Per una maggiore precisazione è utile rifarsi all'Istat che definisce le suddette tipologie di vendita nel seguente modo:

- supermercati: esercizio al dettaglio operante nel campo alimentare (autonomo o reparto di grande magazzino), organizzato prevalentemente a libero servizio e con pagamento all'uscita. Dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq e di un vasto assortimento di prodotti di largo consumo (in massima parte preconfezionati) nonché, eventualmente, di alcuni articoli non alimentari di uso domestico corrente;

- grandi magazzini: esercizio al dettaglio operante nel campo non alimentare che dispone di una superficie di vendita superiore a 400 mq e di almeno cinque distinti reparti (oltre l'eventuale annesso reparto alimentare), ciascuno dei quali destinato alla vendita di articoli appartenenti a settori merceologici diversi ed in massima parte di largo consumo;

- ipermercati: esercizio al dettaglio con superficie di vendita superiore a 2.500 mq, suddiviso in reparti (alimentare e non alimentare), ciascuno dei quali aventi, rispettivamente, le caratteristiche di supermercato e di grande magazzino;

- *cash & carry*: esercizio all'ingrosso organizzato a self-service, con superficie di vendita superiore a 400 mq, nel quale i clienti provvedono al pagamento in contanti, contro emissione immediata di fattura, e al trasporto diretto della merce;

- distribuzione specializzata: esercizio al dettaglio operante nel settore non alimentare (spesso appartenente ad una catena distributiva a succursali), che tratta in modo esclusivo o prevalente una specifica gamma merceologica di prodotti su una superficie di vendita non inferiore a 1.500 mq.

⁽⁶⁾ G. BALLARINO, *op. cit.*, 2000.

⁽⁷⁾ I. REGALIA, *Le relazioni industriali in settori tradizionali e non del terziario privato*, in P. PERULLI (a cura di), *Le relazioni industriali nella piccola impresa*, F. Angeli, Milano, 1990.

⁽⁸⁾ L'indagine, del 1987, è basata su 827 questionari validi pervenuti da 45 punti vendita di aziende di grande distribuzione di Milano e Provincia. L'indagine aveva come scopo non solo quello di fornire un quadro descrittivo delle caratteristiche occupazionali dei lavoratori del comparto ma anche quello, al centro della ricerca, di indagare le opinioni dei lavoratori sugli orari dei punti vendita.

⁽⁹⁾ S. NEGRELLI, *Le relazioni sindacali nel commercio*, F. Angeli, Milano, 1989.

⁽¹⁰⁾ M. VALVASSORI, *Vendere è il mio mestiere*, in *Altro Consumo*, 2006, n. 2.

⁽¹¹⁾ I. REGALIA, *op. cit.*; I. REGALIA, *Quali spazi di regolazione del lavoro terziario*, in *Impresa & Stato*, 2000, n. 52.