



Tremila per Amazon

Sono tremila le opportunità che i piani di sviluppo di Amazon in Italia prevedono per i prossimi mesi. I settori sono quelli della logistica e del magazzino. A gestire la selezione è Manpower. La sede di lavoro è il centro distributivo italiano di Castel San Giovanni, in provincia di Piacenza. Info e candidature: www.manpower.it.



Le donne che fanno impresa

Prosegue il Giro d'Italia delle donne che fanno impresa, la manifestazione itinerante promossa da Unioncamere con i Comitati per l'imprenditoria femminile delle Camere di commercio. Prossime date sono il 6 dicembre a Cosenza, il 15 a Bari, il 16 a Trento, il 20 dicembre a Messina. Dati e info: www.imprenditoriafemminile.camcom.it.

UNICA REGIA PER I DATI SUL LAVORO

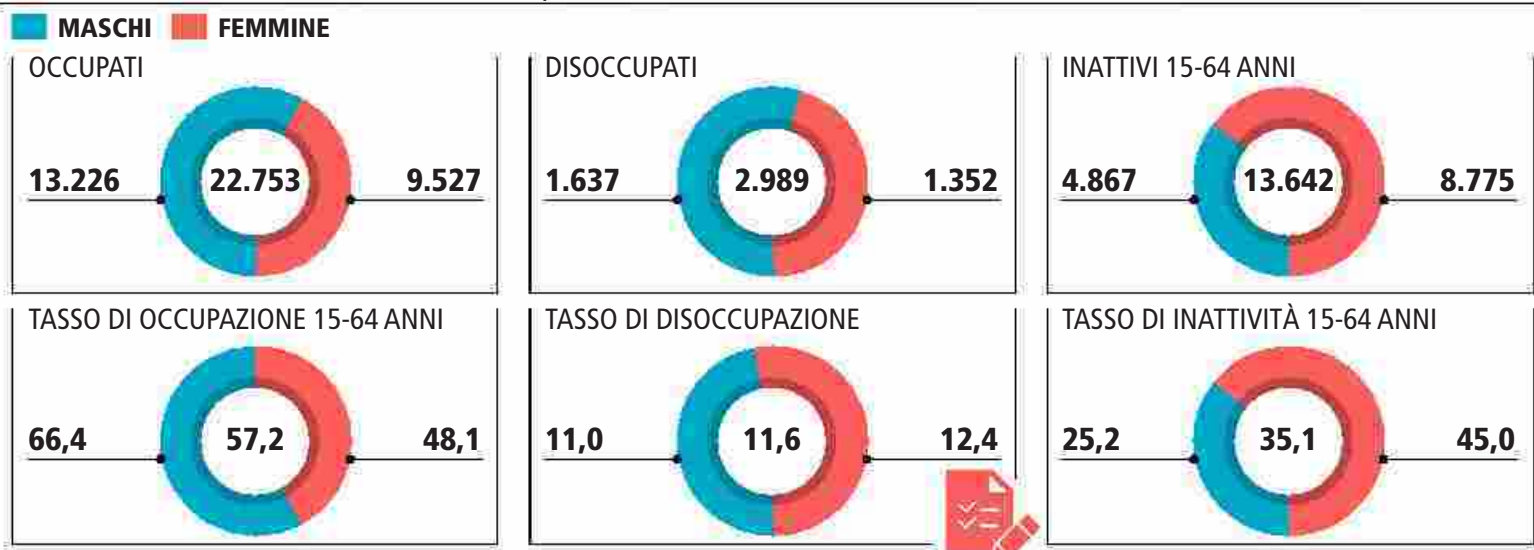
WALTER PASSERINI

Se ne è parlato qualche tempo fa. Tra i soggetti istituzionali che si occupano di lavoro, grazie anche alla grancassa dei media si scatenano periodicamente dei derby dei numeri che disorientano i cittadini. L'ultima occasione vede protagonista il ministero del Lavoro, che ha diramato una nota su assunzioni agevolate disabili e Garanzia Giovani, dopo l'uscita dell'Osservatorio sulle politiche occupazionali dell'Inps. «Alcuni dati contenuti nell'Osservatorio sulle politiche occupazionali e il lavoro, pubblicato dall'Inps, rischiano di delineare un quadro incompleto e non corrispondente alla realtà e rendono perciò necessario fare alcune precisazioni», sostiene il ministero. La prima precisazione riguarda il numero di assunzioni agevolate di persone con disabilità, che secondo l'Inps sarebbero state 161 nel 2015. «Si tratta di code di incentivazione», precisa il ministero, che indica i numeri reali: 1.607, 1.464, 1.121 negli ultimi tre anni. La seconda precisazione riguarda Garanzia Giovani e in particolare il dato che indica in 6.133 i giovani iscritti assunti a tempo indeterminato nel 2015 con l'incentivo previsto. In realtà al ministero ne risultano 20.154. «Per evitare simili confusioni - conclude la nota - il ministero del Lavoro ha promosso un protocollo di collaborazione con Istat, Inps e Inail che prevede l'interscambio dei dati, l'analisi congiunta delle tendenze del mercato del lavoro e la produzione condivisa di report periodici».

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

L'agenzia

Un esercito di cercatori di un posto



Fonte Istat: Ottobre 2016

LA STAMPA

“Così ritroveremo un lavoro a tre milioni di disoccupati”

La scommessa dell'Anpal: portale, assegno di ricollocazione e rete dei servizi

Ufficialmente i disoccupati in Italia sono circa 3 milioni. Sono coloro che le statistiche definiscono persone senza un lavoro e che lo stanno cercando. È questo il campo di azione dell'Anpal, l'Agenzia nazionale del ministero del Lavoro a cui spetta la regia e il coordinamento delle nuove politiche attive del lavoro. E' una rivoluzione in corso, un cantiere aperto, che ha come obiettivo una doppia attivazione: quella della rete dei servizi al lavoro composta da centri pubblici per l'impiego, agenzie e operatori privati accreditati; e quella delle persone, dei disoccupati stessi, che dovranno mettersi in gioco e partecipare alla loro ricollocazione. Nei giorni scorsi il ministro del Lavoro, Giuliano Poletti, il presidente Anpal, Maurizio Del Conte, e il direttore generale, Salvatore Pirrone, hanno presentato le ultime no-

30 mila
Il numero di persone coinvolte nel progetto pilota dell'assegno di ricollocazione

vità, che faranno decollare le nuove politiche del lavoro.

Il percorso. Ma che cosa dovrà fare concretamente un disoccupato? E quali servizi gli verranno offerti? Innanzitutto, i servizi sono dedicati a chi è in cerca di occupazione, ai lavoratori a rischio disoccupazione e ai percettori di sostegno al reddito. La prima mossa è quella di entrare nel portale appena realizzato e da poco operativo (www.anpal.gov.it) per rilasciare la Did (Dichiarazione di immediata disponibilità al lavoro). Oltre che sul portale nazionale, il disoccupato può contare sui portali regionali o contattare un centro pubblico per l'impiego, fissare un appuntamento e iniziare il percorso di attivazione, stipulando il patto di servizio. Qui verrà realizzato il profilo di occupabilità della persona, sulla base della sua distanza dal mercato del lavoro, considerando la sua situazione individuale e

quella territoriale. Il patto di servizio è l'accordo tra il centro per l'impiego e la persona in cerca di lavoro. Alla persona verrà affiancato un responsabile e definito il percorso di ricerca attiva e formazione per l'inserimento lavorativo e un piano di attività da seguire in base al profilo di occupabilità. Anche le agenzie del lavoro autorizzate potranno richiedere l'accreditamento sul portale nazionale. Alla persona titolare di Naspi (ammortizzatore sociale) verranno offerti servizi tra cui l'aiuto a redigere il curriculum, un supporto alla ricerca di un lavoro, un orientamento all'autoimpiego, alla formazione, a una misura di politica attiva. Se dopo quattro mesi la persona non ha ancora trovato un lavoro, potrà richiedere l'assegno di ricollocazione. Si tratta di uno strumento che serve a ritrovare un lavoro. E' una somma che il disoccupato può utilizzare presso i diversi opera-

tori per pagare l'assistenza e il sostegno nella ricerca del lavoro. La richiesta dell'assegno si può fare presso il portale Anpal o presso un centro per l'impiego, scegliendo liberamente l'ente ritenuto più adatto alle proprie necessità. La persona titolare dell'assegno deve attivarsi nella ricerca del lavoro e se rifiuta un'offerta congrua perde il diritto all'assegno di disoccupazione. Il programma dura sei mesi prorogabili di altri sei per ogni periodo di Naspi. L'importo dell'assegno può variare da 250 euro a 5mila euro, a seconda del profilo di occupabilità e la tipologia di contratto. L'importo viene riconosciuto all'ente solo se il disoccupato trova un lavoro. Verrà realizzata una sperimentazione su un campione di 30mila beneficiari, per coinvolgerne a regime 800-900mila l'anno. E' attivo un numero verde dedicato: 800000039. [W.P.]

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

La storia

È una città con 8,5 milioni di abitanti, che diventano 15 milioni nell'area metropolitana. Teheran è la capitale di un grande paese come l'Iran (oltre 80 milioni di abitanti), che è una realtà di grandi tradizioni, ma è anche un paese che si sta aprendo al mondo dei consumi e della distribuzione organizzata. Sebbene durante l'embargo abbia visto il proliferare di molti negozi monomarca fasulli che alimentavano il mercato parallelo, ha messo a segno negli ultimi anni una crescita del commercio al dettaglio del +4,8% e un fatturato di 203 miliardi di dollari, di cui 114,8 nel-

l'alimentare (food) e 88,6 nel non food.

Il commercio

Nel frattempo, nonostante la distribuzione sia ancora in gran parte dominata da commercianti indipendenti di piccole e medie dimensioni, che vendono i prodotti nei tradizionali bazar, il settore è pronto per il salto di qualità. Prova ne sia il boom di centri commerciali: 400 in tutto il paese, 65 solo a Teheran e la presenza nella capitale di almeno 10 centri commerciali di target medio alto dove si possono trovare brand italiani, come Piquadro, Dolce&Gabbana, Andrew's Ties, Ermenegildo Zegna. Si tratta di un volano che



Una strada di Teheran

crea fatturati, nuova imprenditorialità e occupazione. Attualmente sono in costruzione oltre 100 centri commerciali tra i 15mila e i 400mila mq con costi

di affitto per negozio da 100 a 220 dollari mq. «I nostri associati, soprattutto nel fashion ma ancora in numero esiguo, prevedono una decina di aperture nel 2017 - annuncia Mario Resca, presidente Confimprese - Tra questi Yamamay, con alcuni punti vendita di 120 mq ciascuno all'interno di centri commerciali, e Piazza Italia, che aprirà alcuni negozi nella capitale. Gli iraniani, di cui circa la metà ha meno di 30 anni, sono affamati di prodotti occidentali. L'e-commerce offre ciò che l'attuale mercato retail non riesce sempre a garantire ai consumatori, ovvero un risparmio di tempo e scelte molto ampie che sono una rarità nei tradizionali negozi irania-

ni. Nel 2014 sono state effettuate transazioni di e-commerce per 17 miliardi di dollari. Il 35% della popolazione iraniana utilizza i social media: dunque una strategia digitale e mobile creativa rappresenta un elemento chiave nel mercato retail iraniano».

Opportunità nel turismo

Un'interessante opportunità di sviluppo distributivo è il canale travel, che è ancora in gran parte inesplorato sia in autostrada che negli aeroporti. Fatta eccezione per alcune piccole imprese, si segnala la mancanza di catene fast food, di punti vendita e l'assenza di brand celebri. In Iran ci sono nove aeroporti internazionali,

ma solo tre di essi possono registrare un saldo attivo. Alcune aziende italiane si sono già messe in contatto con il governo per ottenere delle commesse al fine di migliorare i servizi e la realizzazione di infrastrutture e servizi negli aeroporti del Paese.

In particolare l'aeroporto internazionale di Imam Khomeini a Teheran rappresenta un'opportunità di investimento e di penetrazione commerciale per le imprese straniere, perché ad oggi, escludendo alcune piccole imprese, non si rilevano grandi investimenti o la presenza di brand celebri all'interno di questa importante infrastruttura. [W.P.]

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

LA STORIA

Vivere e lavorare in un centro commerciale a Teheran