

# Primo piano

## Serrande giù

Secondo Cgil, Cisl e Uil con le chiusure degli ultimi anni e l'espansione delle grandi catene sono aumentati solo i contratti part time e a termine

di **Gabriele Stanga**

«**M**anca una visione di sistema che tenga conto dei cambiamenti nel mondo del commercio e allo stesso tempo offra garanzie ai lavoratori». Dopo la diffusione dei dati della camera di commercio relativi alle chiusure dei negozi in Provincia di Trento, i sindacati lanciano l'allarme.

Nell'ultimo anno in Trentino hanno chiuso i battenti 116 negozi (881 dal 2010 ad oggi), eppure tra 2023 e 2024 l'occupazione, invece di diminuire è aumentata (da 15.807 addetti a 15.977), di pari passo con la dimensione media degli esercizi (da 141 a 146 metri quadrati) e con l'esplosione del commercio online (in 10 anni da 55 a 320 attività). Ma di che tipo di occupazione si tratta? Secondo le sigle sindacali di settore Uiltucs, Filcams Cgil e Fisascat Cisl, all'aumento nominale dei posti di lavoro non corrisponde un aumento qualitativo: la maggior parte dei contratti sarebbero di



# «Più occupati ma precari, manca visione»

*I sindacati sulla crisi del commercio: «Senza contrattazione sono penalizzati i lavoratori»*

somministrazione, part time o a tempo determinato.

### Uiltucs

«Il commercio come tutte le cose sta cambiando - commenta il segretario della Uiltucs Stefano Picchetti - Si va verso metrature sempre più grandi e verso le catene di grande distribuzione e l'e-commerce. I problemi fondamentali sono due: il primo è che non c'è una politica economica che difenda il piccolo commercio, né a livello nazionale che provinciale. E il secondo è che non c'è una contrattazione territoriale che tenga conto della capacità di spesa. Molti lavoratori vanno via dal Trentino e tornano nei luoghi di origine perché qui il costo della vita

è troppo alto». E se quest'ultimo problema tocca sia le piccole imprese locali che le grandi catene, sono soprattutto le prime che trovano difficoltà ad assorbire l'impatto. «La grande distribuzione - spiega Picchetti - può permettersi di assumere due part time al posto di un tempo pieno, ha una struttura più solida e più facilità nell'assorbire i costi. La piccola impresa fa più fatica. Se manca contrattazione, si crea una lotta selvaggia in cui alla fine ci rimettono prima i lavoratori, che non sono pagati bene e finiscono anche per non avere orari e poi le piccole imprese. Se le condizioni migliorano le condizioni, invece il commercio diventa più appetibile e i lavoratori rimangono nelle piccole

imprese». Manca inoltre una formazione elastica: «Spesso le persone non vengono formate, ma sono lasciate a sé stesse e viste come forza lavoro e basta. Dopo aver lavorato nel commercio se una persona volesse cambiare lavoro, difficilmente potrebbe reinventarsi in un altro settore». Su questo scenario si inserisce anche la tematica del commercio online: «C'è stata una scarsa capacità di adeguarsi e trovare soluzioni che non fossero vendere in negozio quello che già si può trovare online e di gestire la specificità del territorio». E qui il commercio si lega anche al settore del turismo: «Un turista quando viene qui cerca competenze e e

cerca un prodotto che sia legato al Trentino, che può comprare solo qui. È mancata una politica industriale generale, una visione che non sia solo corporativistica ma che metta in rete le cose per valorizzare il territorio e offrire anche lavoro qualificato».

### Fisascat Cisl

Una visione simile a quella di Fabio Bertolissi, segretario della Fisascat Cisl: «Manca una visione d'insieme e un coordinamento tra parte politica, datoriale e organizzazioni sindacali. Una visione che porti a mappare il nuovo mondo del lavoro che avanza e intercettare le istanze dei lavoratori e dei commercianti». Secondo Bertolissi infatti «non stiamo governando



Uiltucs Stefano Picchetti

# «L'e-commerce è più scientifico ci investo dal 2001»

## L'intervista

Luca Cattoi guida l'azienda Graffiti ed è tra i pionieri del mercato telematico

I negozi fisici chiudono e intanto la vendita online spopola. Ma se molte botteghe storiche soffrono, c'è chi all'e-commerce aveva cominciato a guardare già all'inizio del nuovo secolo, in tempi non sospetti, e che su quell'intuizione ha costruito un business di successo. È la storia di Luca Cattoi, ideatore e fondatore di Graffiti, società di Pasina (Riva del Garda) che vanta oggi un fatturato di 2 milioni e

mezzo e che da lavoro a 30 persone. L'azienda nata 29 anni fa (festeggerà i 30 anni nel gennaio del 2026) ha una doppia anima. «Una legata alla comunicazione e al marketing - spiega Cattoi - l'altra più tecnologica». Ed è a quest'ultima che si collega il discorso sul commercio via web. **Ma come e quando è nata l'idea di puntare sull'e-commerce, signor Cattoi?** «Siamo partiti lavorando su

internet e sulla realizzazione dei primi siti web. Nel 2001 abbiamo creato il primo e-commerce, con delle difficoltà enormi, perché all'inizio non c'era neanche il gateway di pagamento e la gente non era ancora abituata ad usare le carte di credito online».

### E poi cos'è successo?

«Abbiamo continuato a creare alcuni e-commerce nostri come palestra, poi ci siamo concentrati sul fornire ai clienti vari servizi legati al commercio elettronico».

### Che tipo di servizi?

«Dall'iniziale necessità di sviluppare software, oggi ci si è spostati su altre necessità. La difficoltà non è più quella di creare la piattaforma ma quella di elaborare un business plan e individuare i prodotti più adeguati. Noi aiutiamo le aziende che vogliono avviare un proprio e-commerce a trovare la strategia giusta. Abbiamo aiutato diverse aziende anche a rinunciare a fare l'e-commerce, perché non c'era la

giusta marginalità, giusto traffico online o i prodotti erano difficile da posizionare».

### Una sorta di consulenza, quindi.

«Una consulenza strategica, su temi che vanno dall'operatività, alla formazione, al servizio di customer care. Nel mondo dell'e-commerce è fondamentale imparare a capire come attrarre traffico e come gestirlo. È molto importante anche che il servizio customer care sia curato, ad esempio un aspetto chiave è quello dell'unpackaging».

### Ossia?

«L'apertura del prodotto. Va prestata la massima attenzione anche a come l'articolo venduto arriva al cliente e quindi al modo in cui viene confezionato».

### Ci sono aspetti particolari su cui vi siete specializzati nell'ultimo periodo?

«La produzione di fotografie di qualità. I clienti ci mandano il prodotto, ad esempio una





## e d'insieme» atori e le piccole imprese»



Fisascat Cisl Fabio Bertolissi



Filcams Cgil Luigi Bozzato



maglietta o una camicia, noi la post produciamo e e poi, e questa è una cosa che abbiamo sviluppato da due anni a questa parte, con l'AI la facciamo indossare al modello. Questo permette di tagliare costi e tempi per le fotografie e infatti negli ultimi mesi c'è stata un'esplosione di richieste importanti».

### Quali sono i vantaggi di aprire un e-commerce?

«Ci sono pro e contro, si può contare su un pubblico più ampio anche se potenzialmente meno fedele e consente un risparmio sullo spazio fisico perché basta un magazzino, che tendenzialmente costa meno di un negozio al metro quadro. Un altro vantaggio è che è tutto misurabile, se si ha una persona specializzata in marketing scientifico. In generale avere un e-commerce è molto meno romantico e più scientifico che avere un negozio in centro. La parte romantica confluisce poi

fenomeni come il passaggio dal commercio nei negozi fisici a quello online, non abbiamo flessioni e anzi l'occupazione aumenta ma di che tipo di occupazione stiamo parlando? Servono strumenti per regolamentarla».

### Filcams Cgil

E qui interviene Luigi Bozzato, segretario della Filcams Cgil: «Il Trentino presenta già da un po' dati record per quanto riguarda gli acquisti online, il commercio sta male ma saremmo bugiardi a dire che siamo sorpresi. L'occupazione è aumentata nell'ultimo anno ma dal mio osservatorio risulta che sono aumentati soprattutto la somministrazione, i contratti a termine e i part time. Non si tratta di occupazione stabile e con una grande contrattazione di secondo livello». Senza contare il problema dei bassi salari: «Le buste paga spesso non sono molto alte e questo di certo non aiuta a fidelizzare i lavoratori», conclude Bozzato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

sulla comunicazione social».

### Uno svantaggio?

«Il costo maggiore è quello del traffico online, che non dipende da quante persone passano nella via in cui si trova il negozio ma da quanto sei bravo a costruirlo. Un altro punto è che bisogna puntare sull'unicità, bisogna scegliere con cura con quali prodotti andare online per navigare in un mare un po' più piccolo rispetto all'oceano di Amazon».

### E come cambia l'occupazione?

«Servono competenze diverse, ma l'e-commerce se fatto in bene può permettere di avere anche più occupazione. C'è una suddivisione di competenze più verticale, servono più profili e non è detto che questi siano sovrapponibili. Un e-commerce di media grandezza può aver necessità di più persone rispetto ad un negozio classico».

G.S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

# «La vendita online non si può fermare puntiamo su qualità e modalità ibride»



*Il commercio non può offrire prodotti uguali a quelli che si trovano sul web, servono consulenza personalizzata servizi pensati su misura e contatto umano*

**Roberto Failoni**

## Le reazioni

Gli assessori Failoni e Spinelli analizzano la trasformazione del settore in Trentino

«**S**erve una politica che miri al mantenimento dei presidi in ogni luogo e che metta insieme non solo categorie e lavoratori ma anche università e soggetti qualificati». Così il vicepresidente della Provincia e assessore allo sviluppo economico Achille Spinelli commenta le 900 chiusure di negozi negli ultimi 15 anni sul territorio trentino. E rispetto all'espansione dell'online aggiunge: «Il futuro sta nel trovare una nuova forma di vendita ibrida. Non si può pensare di proseguire solo in forma fisica ma come territorio non possiamo pensare di essere solo telematici».



Assessore Roberto Failoni

rafforzamento delle imprese attraverso percorsi di collaborazione (facendo rete) o aggregazione aziendale può aiutare tutti, grandi e piccoli - a diventare più resilienti e competitivi. Lato nostro - garantisce l'assessore - continueremo a lavorare affinché il commercio trentino rimanga protagonista e radicato nel territorio».

Si torna poi sul tema delle vendite online: «Il futuro del commercio non può più limitarsi a offrire prodotti uguali a quelli reperibili sulle piattaforme globali, ma deve puntare sulla qualità, sulla consulenza personalizzata, sui servizi su misura e sul valore insostituibile del rapporto umano».

### Spinelli: «Servono nuove vie»

E qui si ricollega il discorso di Spinelli sulla vendita ibrida: «Noi siamo pronti a sostenere nuove vie e ragionare assieme, consapevoli delle difficoltà molto grandi di un settore che vive di riflesso anche della capacità di crescere di altri settori come turismo e industria.



Vicepresidente Achille Spinelli



*Siamo pronti a sostenere nuovi modelli e ragionare insieme a categorie e lavoratori Bisogna unire vendita fisica e digitale Coinvolgeremo l'Università Achille Spinelli*

In linea con lui anche l'assessore al commercio Roberto Failoni, che osserva: «La crescita dell'online è una trasformazione mondiale inevitabile. Non possiamo fermarla, ma dobbiamo saperla sfruttare aiutando i nostri negozi ad utilizzare i canali di vendita digitali».

### Failoni: «Vince la qualità»

Failoni analizza poi più nel dettaglio i dati della Camera di Commercio: «Confermano un cambiamento strutturale in atto da tempo, che la pandemia ha accelerato, colpendo soprattutto le imprese meno patrimonializzate. Per questo come Provincia abbiamo lanciato contributi mirati a rafforzare la solidità delle aziende. Un secondo fattore che ha inciso sulle chiusure è sicuramente quello del mancato ricambio generazionale. La diminuzione del numero dei negozi è quindi «un segnale da tenere sotto controllo, ma il

Una catena nella quale commercio si è sempre inserito in una maniera importante. Alcuni modelli oggi sono superati, bisogna trovare il modo di puntare su altri. Una soluzione ibrida tra online e commercio fisico risponde di più alle esigenze attuali».

Come attuarla? «Con Indaco si era fatto un tentativo ma non ha funzionato - dice Spinelli - Ci sono già percorsi di formazione e avvio del commercio online attivi tramite Trentino Sviluppo. Hanno avuto molte adesioni e hanno fatto accrescere la cultura digitale dell'imprenditore, spinto a presentarsi sul mercato elettronico con più decisione». La soluzione, conclude il vicepresidente, «è il dialogo con le categorie e con chi vive il settore, così nascono le idee. So che ci sono già discussioni in corso anche sul coinvolgimento dell'Università e di altri soggetti qualificati».

G.S.

© RIPRODUZIONE RISERVATA