



CAMERA DI COMMERCIO INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA DI MILANO

***Servizio Studi e Supporto Strategico***

# **LA DOMANDA DI LAVORO DEI SETTORI CREATIVI IN PROVINCIA DI MILANO**

***A cura di Aurora Caiazzo***

Settembre 2007

## INDICE

<b>INTRODUZIONE .....</b>	<b>3</b>
<b>LE CARATTERISTICHE DELLA DOMANDA DI LAVORO .....</b>	<b>6</b>
<b>PRINCIPALI ASPETTI DELLE ASSUNZIONI PROGRAMMATE PER IL 2007 .....</b>	<b>8</b>
Le professioni richieste.....	8
I titoli di studio .....	11
L'inquadramento contrattuale .....	13
Difficoltà di reperimento di figure professionali e fabbisogno formativo .....	16
<b>CONCLUSIONI .....</b>	<b>19</b>
<b>ALLEGATO STATISTICO</b>	

## INTRODUZIONE

Da più parti la creatività viene intesa come un fattore determinante per la crescita competitiva dei sistemi economici, tanto che numerosi sono stati negli ultimi anni gli studi condotti su questo tema, in Italia e all'estero.

La stessa Camera di Commercio di Milano nel 2006 ha promosso una ricerca dal titolo "*Le specificità della classe creativa a Milano: sfruttare i punti di forza della città per supportare i creativi*", nella quale sono state analizzate le condizioni urbane che favoriscono la creatività<sup>1</sup>.

Lo studio ha messo in evidenza come questa sia fortemente influenzata da fattori sociali, oltre che individuali, e come l'ambiente urbano sia fondamentale per attivare processi innovativi. Possono essere così definite creative le città che si caratterizzano per la concentrazione di giovani, per la tolleranza (città multietniche e solidali), per l'offerta culturale, per il numero delle imprese simboliche (moda e design, editoria, ICT, consulenza, pubblicità, cinema, musica).

Milano, in questa indagine, occupa un'ottima posizione tra le città italiane primeggiando per creatività in molti ambiti: è la città dove si concentra maggiormente la fascia di età tra i 25 e i 29 anni; è tra le prime per lo sviluppo dell'imprenditorialità etnica e femminile e per la presenza di organizzazioni di volontariato e di istituzioni non profit; si impone per la diffusione di biblioteche e gallerie d'arte, per il numero di fiere e congressi, per la quantità di cinema e teatri; è all'avanguardia per l'offerta di formazione avanzata; è elevato il numero delle imprese "creative"<sup>2</sup> che vi operano.

Proprio riguardo a quest'ultimo aspetto, la provincia si caratterizza in maniera univoca per la vivacità imprenditoriale dei cosiddetti settori creativi, come dimostrano i dati del Registro delle Imprese, secondo cui sono oltre 56mila le imprese attive del comparto (il 17% del totale), che rappresentano più della metà di quelle lombarde (55%) e il 12% di quelle italiane. Un indiscusso primato regionale e nazionale, confermato inoltre dalla dinamica dell'ultimo triennio, che ha visto crescere il numero delle imprese del 3,3%.

**Tab. 1 - Imprese creative attive per area geografica. Anni 2003-2006** (*valori assoluti e percentuali*)

Aree geografiche	Valori assoluti				Variazioni %			
	2003	2004	2005	2006	2004/2003	2005/2004	2006/2005	2006/2003
Milano	54.979	56.323	56.503	56.790	2,4%	0,3%	0,5%	3,3%
Lombardia	101.396	102.677	103.527	103.745	1,3%	0,8%	0,2%	2,3%
Italia	448.434	456.870	461.302	464.516	1,9%	1,0%	0,7%	3,6%

Fonte: Elaborazioni Servizio Studi e supporto strategico della Camera di Commercio di Milano

<sup>1</sup> Ricerca a cura di Rossella Cappetta, Alessandra Carlone, Beatrice Manzoni, Severino Salvemini, Marco Sommaruga Istituto di Organizzazione e Sistemi Informativi - Università Bocconi (gennaio 2006)

<sup>2</sup> Nella classificazione delle imprese creative sono stati considerati sia segmenti del manifatturiero (moda e design, editoria e manifatturiero avanzato) che del terziario (ICT, studi professionali, pubblicità, cultura e spettacolo)

I dati del 2006 evidenziano, invece, un andamento pressoché stazionario (+0,5%), su cui ha pesato molto l'esito negativo dei segmenti industriali fortunatamente compensato dalle ottime prestazioni dei servizi creativi.

Entrando più nel dettaglio, l'ultimo anno ha visto le difficoltà dell'industria del mobile (-2,5%) e del manifatturiero avanzato (-2%), che tuttavia presentano un ridimensionamento rispetto alla flessione del 2005. Al contrario, il terziario creativo hanno ottenuto una variazione percentuale positiva del 2%, determinata prevalentemente dalle buone performance delle componenti più significative: informatica e telecomunicazioni (+1,1%), servizi di consulenza (+2,1%), pubblicità (+1,6%).

**Tab. 2 – Imprese creative attive nella provincia di Milano per settore economico. Anni 2003-2006 (valori assoluti e percentuali)**

Settori economici	Valori assoluti 2006	Variazioni percentuali	
		2006/2005	2006/2003
Sistema moda	6.573	-0,5%	-4,7%
Fabbricazione mobili	3.494	-2,5%	-7,4%
Gioielleria e oreficeria, articoli tempo libero	933	-0,9%	-2,2%
<b>Industria del design</b>	<b>11.000</b>	<b>-1,2%</b>	<b>-5,4%</b>
Editoria, stampa e riprod. supp. registrati	4.754	-0,9%	-2,5%
Manifatturiero avanzato	8.363	-2,0%	-8,0%
<b>Altri settori industriali</b>	<b>13.117</b>	<b>-1,6%</b>	<b>-6,1%</b>
Informatica e telecomunicazioni	11.144	1,1%	8,9%
Ricerca e sviluppo	430	4,9%	15,6%
Consulenza	10.968	2,1%	10,3%
Studi di architettura e ingegneria	3.493	4,5%	11,0%
Pubblicità	3.973	1,6%	9,1%
Cinema, radio, tv, spettacolo, cultura	2.665	1,8%	30,4%
<b>Servizi creativi</b>	<b>32.673</b>	<b>2,0%</b>	<b>11,2%</b>
<b>Totale imprese creative</b>	<b>56.790</b>	<b>0,5%</b>	<b>3,3%</b>

*Fonte: Elaborazioni Servizio Studi e supporto strategico della Camera di Commercio di Milano*

La classifica delle province italiane più ricche di imprese creative vede al primo posto, come accennato, Milano, subito seguita da Roma, che appare molto distanziata (conta nei settori considerati oltre 30mila aziende in meno), ma che nell'ultimo triennio ha fatto registrare uno sviluppo migliore (+14% circa). Indubbiamente, la capitale, che già vanta una ricca offerta culturale e di spettacolo, è attraversata da una più spiccata *verve* imprenditoriale, che le consente di recuperare, in quanto a creatività, posizioni preziose rispetto alla stessa Milano.

Seguono poi le altre grandi città: Torino, che si distingue anch'essa per il buon incremento nel triennio considerato (+7,5%); Napoli e Firenze, che invece presentano rispettivamente una situazione statica o di leggera difficoltà.

Inoltre, nelle prime venti posizioni si possono contare ben cinque province lombarde (oltre a Milano, Brescia, Bergamo, Varese e Como), il che fa della regione un bacino a diffusa creatività imprenditoriale.

Considerata la rilevanza strategica che rivestono i settori creativi nello scenario economico milanese, ci è parso interessante completare le informazioni a nostra disposizione promuovendo un'analisi sulla domanda di lavoro espressa dalle imprese di questa compagine produttiva per l'anno 2007.

Tale indagine è stata condotta utilizzando il Sistema Informativo Excelsior dell'Unioncamere, che raccoglie le previsioni di assunzione di personale dipendente, attivando uno specifico sovracampionamento.

L'obiettivo è quello di esaminare il mercato del lavoro delle imprese milanesi più creative per valutarne sia aspetti di tipo quantitativo (i flussi di entrata e di uscita del personale dipendente) che qualitativo (le professionalità e i titoli di studio richiesti, il bisogno di formazione, le difficoltà di reperimento delle figure ricercate), che possano permettere di individuare il fabbisogno occupazionale di tali aziende e orientare positivamente le scelte future in materia di politiche del lavoro e della formazione.

## LE CARATTERISTICHE DELLA DOMANDA DI LAVORO

Secondo i risultati Excelsior, le imprese creative nell'arco del 2007 prevedono di assumere 16.540 lavoratori dipendenti, a cui si contrappongono 16.960 uscite occupazionali, che determinano un saldo negativo di 420 unità (-0,1% in valori percentuali).

Sicuramente più dinamico appare il sistema imprenditoriale milanese nel suo complesso, essendo il saldo tra entrate e uscite previsto del +0,4%.

La maggior parte delle nuove assunzioni nel creativo interessa le imprese di dimensioni medio-grandi (con oltre 50 dipendenti), che hanno programmato di assumere circa 9.500 lavoratori, quasi il 58% del totale; ma sono sempre queste a registrare un massiccio numero di uscite (10.110 unità), che genera un saldo negativo (-0,3%).

In termini di saldi, le aziende della fascia 10-49 dipendenti si mostrano più ottimiste, sia in valori assoluti (+230 unità) che percentuali (+0,3%).

A livello settoriale, sono i servizi creativi – informatica e telecomunicazioni, studi professionali, cultura e spettacolo – che raggruppano il 56% delle entrate previste, a mettere a segno i risultati migliori, con oltre 9.200 assunzioni, a cui seguono circa 7.700 uscite, con una variazione percentuale positiva dell'1,2%, che è migliore di quella dell'intero sistema creativo.

Sembra qui ripetersi quanto accade da anni nel mercato del lavoro provinciale, dove la crescita occupazionale è determinata prevalentemente dal terziario (circa 50mila assunzioni nel 2007, pari ad oltre il 70% del totale, con un saldo del +0,7%).

All'interno dei servizi creativi molto positivo appare l'andamento delle attività di consulenza e dell'informatica e telecomunicazioni, rispettivamente con saldi di 580 e 540 unità; il tasso di variazione percentuale più elevato si registra per gli studi di architettura, ingegneria e design (+4%). Tutti negativi, invece, i saldi dei segmenti industriali, che raggruppano l'industria della moda e del design, l'editoria e il manifatturiero avanzato.

Sebbene il mercato del lavoro delle imprese creative non sia in espansione, la quota di quelle che prevede di effettuare assunzioni nel 2007 è pari al 26,6% del totale, di ben quattro punti superiore a quella della totalità dei settori (il 22,4%) e maggiore anche della media regionale (24%); questo fa pensare ad un momento tutto sommato più favorevole dei settori analizzati rispetto alle aree territoriali di riferimento. Sono soprattutto le grandi aziende a mostrarsi fiduciose, tanto che oltre il 79% di queste effettuerà assunzioni (in sintonia con quanto accade per il sistema generale delle imprese milanesi)

Al contrario, le imprese che non effettueranno assunzioni sono il 73% del totale, ma di queste circa l'8% cambierebbe idea al verificarsi di condizioni diverse, quali un minor costo del lavoro o una

ridotta pressione fiscale; si tratta soprattutto di micro-imprese, che evidentemente avvertono in misura più intensa tali oneri.

I canali di selezione del personale utilizzati sono molteplici<sup>3</sup>: persiste il ricorso alle modalità più tradizionali basate sulla conoscenza diretta dei candidati (20% delle assunzioni) o sulle segnalazioni di conoscenti e fornitori (14%); fa fatica a diffondersi l'uso delle società di lavoro interinale (6%), di internet (3%) o dei centri per l'impiego (3%); prevale l'utilizzo delle banche dati aziendali (28%). Più "moderne" si rivelano le imprese con oltre 50 dipendenti, che si affidano alle reti di conoscenza diretta in maniera assai più limitata (12,5%).

Infine, con riferimento alle classi di età dei lavoratori, possiamo osservare come siano più numerosi i giovani fino a 29 anni di età che trovano impiego nel creativo rispetto alla media dei settori: il 40% contro il 37%, ed è ancora più alta la concentrazione di giovani se si prendono in considerazione i soli servizi (45%).

**Tab. 3 - Movimenti e tassi previsti per il 2007, per settore di attività e classe dimensionale**

	Movimenti previsti nel 2007 (valori assoluti)*			Tassi previsti nel 2007		
	Entrate	Uscite	Saldo	Entrata	Uscita	Saldo
<b>TOTALE</b>	<b>16.540</b>	<b>16.960</b>	<b>-420</b>	<b>5,1</b>	<b>5,2</b>	<b>-0,1</b>
<b>INDUSTRIA</b>	<b>7.290</b>	<b>9.250</b>	<b>-1.970</b>	<b>3,7</b>	<b>4,7</b>	<b>-1,0</b>
Sistema moda	1.230	1.790	-570	3,7	5,5	-1,7
Fabbricazione di mobili	570	580	-10	5,0	5,1	-0,1
Gioielleria e oreficeria, articoli per il tempo libero	80	90	-10	3,7	4,3	-0,6
Industrie della stampa ed editoria	800	1.230	-420	2,8	4,2	-1,4
Manifatturiero avanzato (chimica, petrolchimica, elettronica)	4.610	5.570	-960	3,8	4,6	-0,8
<b>SERVIZI</b>	<b>9.260</b>	<b>7.710</b>	<b>1.550</b>	<b>7,2</b>	<b>6,0</b>	<b>1,2</b>
Informatica e telecomunicazioni	3.170	2.630	540	5,7	4,7	1,0
Ricerca e sviluppo	290	290	0	8,2	8,2	0,0
Consulenza	3.360	2.770	580	8,2	6,8	1,4
Studi architettura - ingegneria e design	940	550	390	9,8	5,7	4,0
Pubblicità	510	500	10	5,2	5,1	0,1
Cinema, radio, tv, spettacolo e cultura	990	960	30	11,9	11,6	0,3
<b>CLASSE DIMENSIONALE</b>						
1-9 dipendenti	3.950	4.060	-110	8,5	8,8	-0,2
10-49 dipendenti	3.030	2.800	230	4,4	4,1	0,3
50 dipendenti e oltre	9.560	10.110	-540	4,5	4,8	-0,3
<b>Provincia di Milano</b>	<b>70.000</b>	<b>64.990</b>	<b>5.010</b>	<b>5,9</b>	<b>5,5</b>	<b>0,4</b>
<b>Lombardia</b>	<b>149.860</b>	<b>136.300</b>	<b>13.550</b>	<b>6,1</b>	<b>5,6</b>	<b>0,6</b>

\*Valori arrotondati alle decine.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2007

<sup>3</sup> Si tratta dei canali di selezione del personale utilizzati dalle imprese nel 2006.

## **PRINCIPALI ASPETTI DELLE ASSUNZIONI PROGRAMMATE PER IL 2007**

### **Le professioni richieste**

La distribuzione delle assunzioni per grandi gruppi professionali evidenzia una domanda più sostenuta per i profili altamente specializzati - dirigenti, intellettuali e tecnici - che raggruppano il 60,3% del totale programmato (rispettivamente l'1%, il 25,8% e il 33,5%), quota di gran lunga superiore a quella dell'intero sistema delle imprese milanesi (35,8%), che già di per sé vanta un primato rispetto alla media regionale (26,2%).

Dal punto di vista settoriale, nei servizi creativi tale gruppo professionale rappresenta oltre il 70% delle assunzioni.

In termini assoluti, per le figure intellettuali e scientifiche sono 4.270 le assunzioni previste, mentre per i tecnici oltre 5.500; tra i primi si contano gli specialisti in scienze matematiche ed economiche, gli ingegneri e gli architetti, gli scrittori e i giornalisti; tra i tecnici, gli esperti amministrativi e commerciali, ma anche i fisici e i chimici o i tecnici dei servizi culturali. Sono i professionisti che Richard Florida<sup>4</sup> raggruppa sotto la denominazione di classe creativa: tutti coloro che sono retribuiti per i prodotti del loro pensiero e che fanno della creatività e della capacità innovativa il fulcro della propria professione. Ovviamente, i creativi trovano impiego in tutti i settori produttivi e non solo nei segmenti qui esaminati.

Il più consistente bisogno di risorse highskill rispetto alle impiegatizie è legato al fatto che si tratta di settori più propensi all'innovazione e maggiormente esposti alla concorrenza internazionale, per i quali è importante puntare sul capitale umano intelligente, che può introdurre e produrre innovazioni e contribuire ad accrescere la competitività.

Inoltre, conta anche la spiccata specializzazione delle attività che li caratterizzano, basti pensare alla moda e al design, con l'impiego di disegnatori industriali e artistici; all'informatica con i programmatori e gli specialisti in telecomunicazioni, all'editoria con i giornalisti; alla pubblicità con gli esperti di marketing o di vendite; al cinema e alla televisione con i registi, i direttori artistici e gli sceneggiatori.

Per quanto riguarda gli altri gruppi professionali, la domanda di impiegati è, di conseguenza, assai meno pressante (16% contro il 34% di tutti i settori), mentre la ricerca di operai rispecchia grosso modo quanto accade per l'intero sistema (rappresentano più del 19% delle assunzioni).

---

<sup>4</sup> Richard Florida, L'ascesa della nuova classe creativa. Stile di vita, valori e professioni, 2003



**Tab. 4 - Assunzioni previste nel 2007 per grandi gruppi professionali (classificazione ISTAT): distribuzione percentuale e confronti territoriali**

	Settori creativi della provincia di Milano				Provincia di Milano Totale	Lombardia Totale
	Totale	Industria del Design	Altri sett. industriali	Servizi creativi		
<b>Totale assunzioni*</b>	<b>16.540</b>	<b>1.880</b>	<b>5.410</b>	<b>9.260</b>	<b>70.000</b>	<b>149.860</b>
<b>Dirigenti, professioni ad elevata specializzazione e tecnici</b>	<b>60,3</b>	<b>16,9</b>	<b>50,3</b>	<b>74,9</b>	<b>35,8</b>	<b>26,2</b>
1. Dirigenti	1,0	0,4	1,5	0,9	0,6	0,4
2. Professioni intellettuali e scientifiche altamente specializzate	25,8	1,6	21,8	33,0	10,1	6,5
3. Professioni tecniche	33,5	14,9	27,1	41,0	25,2	19,4
<b>Impiegati, professioni commerciali e nei servizi</b>	<b>16,2</b>	<b>22,9</b>	<b>7,9</b>	<b>19,7</b>	<b>34,8</b>	<b>32,8</b>
4. Impiegati	13,7	15,4	6,8	17,4	14,4	12,2
5. Professioni qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	2,5	7,6	1,1	2,3	20,4	20,6
<b>Operai specializzati e conduttori di impianti e macchine</b>	<b>19,8</b>	<b>55,2</b>	<b>39,4</b>	<b>1,2</b>	<b>19,3</b>	<b>29,4</b>
6. Operai specializzati	8,9	28,5	16,7	0,4	10,7	15,5
7. Conduttori di impianti, operatori di macchinari fissi e mobili	10,9	26,7	22,7	0,7	8,6	13,8
<b>Professioni non qualificate</b>	<b>3,7</b>	<b>5,0</b>	<b>2,4</b>	<b>4,2</b>	<b>10,1</b>	<b>11,6</b>
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\*Valori arrotondati alle decime.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2007

**Tab.5 - Principali professioni richieste nei settori creativi della provincia di Milano**

	Valori assoluti	Valori %
<b>Totale assunzioni</b>	<b>16.542</b>	<b>100,0%</b>
Informatici e telematici	1.756	10,6%
Tecnici della vendita e della distribuzione	1.139	6,9%
Contabili ed assimilati	883	5,3%
Tecnici del marketing	703	4,2%
Centralinisti, telefonisti e operatori di call center	688	4,2%
Chimici	584	3,5%
Personale di segreteria	489	3,0%
Specialisti in contabilità e problemi finanziari	457	2,8%
Tecnici addetti all'organizzazione e al controllo della produzione	435	2,6%
Altri conduttori di impianti chimici	424	2,6%
Operatori di apparecchi per la ripresa e la produzione audio-video	420	2,5%
Tecnici informatici	418	2,5%
Disegnatori industriali ed assimilati	343	2,1%
Specialisti nei rapporti con il mercato	339	2,0%
Operatori su macchine di calcolo e di elaborazione dati	319	1,9%

Fonte: Elaborazione Servizio Studi e Supporto Strategico della Camera di Commercio di Milano su dati Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2007

L'elevata specializzazione che caratterizza le professioni creative spiega l'importanza che riveste l'aver maturato una precedente esperienza di lavoro: l'assunzione di personale esperto rappresenta più della metà del totale (58,2%), un dato questo superiore a quello previsto per la totalità dei settori della provincia (54,3%) o a livello lombardo (52,5%). In particolare, si richiede ai neoassunti un'esperienza professionale specifica (29,7%) di 4 anni (in media), periodo leggermente più lungo di quello richiesto dal sistema delle imprese milanese nel suo insieme (3,5 anni)

Sul fronte opposto, le imprese creative sembrano preferire lavoratori senza alcuna esperienza di lavoro (33,4%) rispetto a coloro che ne hanno acquisito una generica (8,4%), a differenza di quanto accade per l'intero sistema milanese, dove quest'ultima percentuale è più alta (11,7%). Evidentemente, date le specificità dei settori analizzati, le aziende ritengono poco utile un curriculum professionale poco specializzato, sopperendo all'inesperienza con successiva formazione (interna o esterna) che consenta di rispondere più efficacemente ai bisogni aziendali.

Va tuttavia sottolineato che il reclutamento di personale senza esperienza di lavoro riguarda prevalentemente le figure impiegatizie e amministrative (62,4%) e non gli specialisti o i tecnici.

I settori per i quali è discriminante una specifica esperienza lavorativa nello stesso settore sono quelli industriali, in particolare il sistema moda e il design, mentre nei servizi sono l'informatica e gli studi di architettura e design a richiederla maggiormente.

**Tab. 6 - Assunzioni previste dalle imprese per il 2007 di personale con e senza esperienza specifica**

	Totale assunzioni 2007 (v.a.)*	di cui con specifica esperienza (quota % sul totale)			di cui senza specifica esperienza (quota % sul totale)		
		professionale	nello stesso settore	Totale	generica esperienza di lavoro	senza esperienza	Totale
<b>Settori creativi</b>	<b>16.540</b>	<b>29,7</b>	<b>28,5</b>	<b>58,2</b>	<b>8,4</b>	<b>33,4</b>	<b>41,8</b>
<i>Industria del design e altri settori industriali</i>	<i>7.290</i>	<i>30,4</i>	<i>33,0</i>	<i>63,4</i>	<i>11,9</i>	<i>24,7</i>	<i>36,6</i>
<i>Servizi creativi</i>	<i>9.260</i>	<i>29,1</i>	<i>24,9</i>	<i>54,1</i>	<i>5,6</i>	<i>40,3</i>	<i>45,9</i>
<b>Provincia di Milano</b>	<b>70.000</b>	<b>23,5</b>	<b>30,8</b>	<b>54,3</b>	<b>11,7</b>	<b>34,0</b>	<b>45,7</b>
<b>Lombardia</b>	<b>149.860</b>	<b>21,6</b>	<b>30,9</b>	<b>52,5</b>	<b>13,0</b>	<b>34,5</b>	<b>47,5</b>

\*Valori arrotondati alle decime.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2007

## **I titoli di studio**

Se l'intero sistema imprenditoriale milanese si distingue a livello regionale e nazionale per la maggiore richiesta di laureati da assumere (il 20,3% del totale rispetto al 13,7% della Lombardia e al 9% dell'Italia), i settori creativi possono vantare un vero record: quasi il 40% dei neoassunti deve possedere il titolo di studio universitario (6.590 unità) e tale quota sale al 50% se si prendono in considerazione i servizi creativi.

Inoltre, sommando laurea e diploma si calcola che oltre il 78% dei lavoratori deve possedere un titolo di studio di livello superiore (si arriva quasi al 90% contando l'istruzione professionale).

Se nella media provinciale, il diploma rimane il titolo di studio predominante (è richiesto per il 41% delle assunzioni), nei settori creativi è la laurea a collocarsi al primo posto.

Abbiamo già visto come i comparti considerati si caratterizzino per la maggiore occupazione di professionisti altamente qualificati, la cui formazione non può che essere di tipo universitario. E' ovviamente chiara la correlazione che esiste tra titoli di studio e figure professionali: secondo i dati, il 99% dei laureati richiesti sarà inquadrato nel gruppo dei dirigenti, delle professioni intellettuali e scientifiche e dei tecnici, vale a dire il più elevato.

Le imprese creative, inoltre, sono tra le più innovative nel panorama provinciale, sia dal punto di vista dei prodotti che dell'organizzazione: numerose sono quelle che hanno avviato complessi processi di modernizzazione nel tentativo di ricollocarsi positivamente sui mercati internazionali, processi che richiedono l'inserimento di laureati che possano ricoprire al meglio le funzioni specialistiche o strategiche.

D'altro canto, le imprese che esprimono un forte bisogno di assumere laureati devono essere anche in grado di inserirli in maniera appropriata nella struttura aziendale, sia dal punto di vista organizzativo che economico. Perché spesso, soprattutto nelle aziende di più piccole dimensioni, il laureato non svolge completamente, o esclusivamente, le mansioni rispondenti al profilo, né viene inquadrato contrattualmente in maniera adeguata. Ciò accade meno nelle imprese più strutturate, dove l'organizzazione prevede posizioni e ruoli ben definiti.

Nei settori creativi qui indagati sono le grandi imprese (più di 50 dipendenti) a scegliere i laureati rispetto alle piccole: oltre 5.200 assunzioni, pari al 54,6% del totale programmato da questa classe dimensionale.

**Tab. 7 - Assunzioni previste dalle imprese per il 2007 per settore di attività e classe dimensionale, secondo il titolo di studio esplicitamente segnalato dalle imprese**

	Totale assunzioni 2007 (v.a.)*	Livello di istruzione segnalato (%)		
		universitario	secondario e post second.	qualifica professionale
<b>TOTALE</b>	<b>16.540</b>	<b>39,8</b>	<b>38,9</b>	<b>10,0</b>
<b>Industria del design e altri settori industriali</b>	<b>7.290</b>	<b>26,5</b>	<b>38,0</b>	<b>14,3</b>
Sistema moda	1.230	7,5	39,2	22,9
Fabbricazione di mobili	570	7,5	20,8	5,9
Gioielleria e oreficeria, articoli per il tempo libero	80	5,3	59,2	6,6
Industrie della stampa ed editoria	800	20,5	50,9	8,6
Manifatturiero avanzato (chimica, petrolchimica, elettronica)	4.610	35,3	37,2	14,1
<b>Servizi creativi</b>	<b>9.260</b>	<b>50,4</b>	<b>39,6</b>	<b>6,6</b>
Informatica e telecomunicazioni	3.170	59,4	37,3	3,2
Ricerca e sviluppo	290	62,8	14,3	0,0
Consulenza	3.360	52,7	45,2	0,1
Studi architettura - ingegneria e design	940	56,0	39,8	2,6
Pubblicità	510	42,6	50,8	1,6
Cinema, radio, tv, spettacolo e cultura	990	8,3	29,4	48,3
<b>Classe dimensionale</b>				
1-9 dipendenti	3.950	13,1	54,3	13,0
10-49 dipendenti	3.030	28,2	35,4	21,5
50 dipendenti e oltre	9.560	54,6	33,6	5,1
<b>Provincia di Milano</b>	<b>70.000</b>	<b>20,3</b>	<b>41,0</b>	<b>17,3</b>
<b>Lombardia</b>	<b>149.860</b>	<b>13,7</b>	<b>36,7</b>	<b>19,3</b>

\* Valori arrotondati alle decine.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2007

Tra le lauree le più ricercate sono quelle ad indirizzo economico e di ingegneria elettronica - che trovano impiego soprattutto nel terziario creativo – ma anche il chimico-farmaceutico (richiesto soprattutto nel manifatturiero avanzato) e quello di ingegneria industriale, utilizzato sia nel manifatturiero che nei servizi.

In termini generali, il possesso del titolo universitario non implica sempre un facile ingresso nel mondo del lavoro, perché le imprese, come già detto, sono prevalentemente orientate ad assumere figure che abbiano già maturato un'esperienza di lavoro. I dati evidenziano che per la maggior parte dei laureati da assumere (65,2%) è richiesta una precedente esperienza professionale (di oltre due anni per il 32% di essi).

Infine il diploma, o livello secondario, è richiesto per il 38,9% delle assunzioni programmate dalle imprese creative (6.430 unità) ed è nel complesso equamente distribuito tra i settori industriali e i servizi.

### **L'inquadramento contrattuale**

Il contratto di lavoro a tempo indeterminato concentra la gran parte delle assunzioni previste dalle imprese creative per il 2007 (58,5% del totale) e risulta prevalere in ogni settore, sebbene si possa rilevare un'accentuazione nell'industria rispetto ai servizi.

Tra le altre tipologie contrattuali, il tempo determinato rappresenta a sua volta una quota abbastanza significativa (31,5%), mentre i contratti di apprendistato e di inserimento rispettivamente il 4,9% e il 4,3% del totale.

Il tempo indeterminato rimane saldamente il contratto più utilizzato dalle aziende creative, anche se i dati relativi agli inquadramenti a termine costituiscono una percentuale interessante, segno di un diffuso grado di flessibilità all'interno di questo mercato del lavoro.

Sicuramente più marcato è il ricorso ai contratti atipici (tempo determinato, inserimento e apprendistato) mostrato dall'intero sistema provinciale, dove essi raggiungono la quota del 45%, mentre il tempo indeterminato rappresenta il 53,9% delle assunzioni (il 49,7% a livello regionale).

Ciò è spiegato probabilmente dal fatto che, essendo molto specializzate le figure impiegate nei settori creativi, le aziende appaiono più interessate a mantenere nel tempo tali lavoratori, considerate anche le difficoltà di reclutamento degli stessi. L'intero sistema provinciale appare invece in grado di adeguarsi con più facilità a forme di flessibilità sia organizzative che contrattuali. A livello settoriale, il tempo indeterminato raggiunge punte elevate nel segmento del design (moda e mobili) e dell'editoria, mentre nel terziario è soprattutto la pubblicità a preferire tale inquadramento.

I contratti a tempo determinato, invece, sono utilizzati in maniera pressoché equivalente nell'industria e nei servizi; l'apprendistato e il contratto di inserimento prevalgono nel terziario creativo.

Relativamente alle dimensioni delle aziende, il ricorso a forme contrattuali più flessibili risulta maggiormente esteso in quelle con più di 50 dipendenti: si passa, infatti, dal 23% delle micro-imprese al 46% circa delle grandi. Ciò è dovuto prevalentemente alle maggiori difficoltà organizzative che le piccole imprese incontrano nell'adattarsi alla flessibilità del lavoro, oltre al fatto che è spesso più pressante la necessità di garantirsi una continuità delle prestazioni attraverso rapporti di lavoro duraturi.

Per quanto riguarda il contratto di lavoro a tempo parziale, possiamo osservare un utilizzo al quanto limitato di tale forma: le assunzioni previste si contano nella misura del 5,3% del totale, una quota molto più bassa di quanto registrato per l'intero sistema milanese (12,5%). Evidentemente, sempre considerato l'impiego massiccio di professionisti high-skill, nel mondo creativo c'è poco spazio per un impegno a mezzo tempo.

Inoltre, essendo generalmente il part-time più frequente tra le donne lavoratrici, si può pensare che nel settore trovino più facilmente impiego gli uomini, come del resto lascia intravedere la segnalazione del genere ritenuto più adatto allo svolgimento della professione richiesta: per il 23,9% delle assunzioni le imprese segnalano uomini, solo per il 12,5% donne (tale quota si colloca al 15,8% per la totalità dei settori della provincia).

**Tab. 8 - Assunzioni previste nel 2007 per tipo di contratto**

	Settori creativi della provincia di Milano				Provincia di Milano Totale	Lombardia Totale
	Totale	Industria del Design	Altri sett. industriali	Servizi creativi		
<b>Totale assunzioni*</b>	<b>16.540</b>	<b>1.880</b>	<b>5.410</b>	<b>9.260</b>	<b>70.000</b>	<b>149.860</b>
<i>Per tipo di contratto (distribuzione %)</i>						
A tempo indeterminato	58,5	59,5	62,3	56,1	53,9	49,7
A tempo determinato	31,5	34,3	30,7	31,4	34,6	37,6
Con contratto di inserimento	4,3	1,6	2,0	6,2	2,7	1,9
Contratto di apprendistato	4,9	4,1	3,7	5,7	8,0	9,6
Altre forme contrattuali	0,8	0,5	1,3	0,6	0,7	1,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Quota % part-time</i>						
<b>Totale</b>	<b>5,3</b>	<b>6,5</b>	<b>3,5</b>	<b>6,1</b>	<b>12,5</b>	<b>13,0</b>
<i>Imprese 1-9 dipendenti</i>	<i>12,3</i>	<i>9,6</i>	<i>14,0</i>	<i>12,6</i>	<i>10,7</i>	<i>12,6</i>
<i>Imprese 10-49 dipendenti</i>	<i>3,0</i>	<i>3,3</i>	<i>2,1</i>	<i>3,6</i>	<i>9,6</i>	<i>12,0</i>
<i>Imprese 50 dipendenti e oltre</i>	<i>3,2</i>	<i>4,0</i>	<i>1,1</i>	<i>4,4</i>	<i>14,1</i>	<i>13,6</i>

\* Valori arrotondati alle decime.

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2007

Relativamente ai collaboratori a progetto, che nel 2006 erano stati utilizzati dal 25% delle imprese creative, quelli previsti per il 2007 ammontano complessivamente a 11.500 unità, di cui 10.860 collaboratori in senso stretto (esclusi, cioè, gli amministratori di società). Complessivamente il 13% delle imprese creative farà ricorso a questo tipo di collaborazione nel corso dell'anno, una percentuale più elevata di quella dell'intero sistema milanese (11,5%) o della media regionale (8,5%).

Dunque, nei settori creativi, pur essendo molto alto il numero di contratti a tempo indeterminato previsto per i propri dipendenti e dettato dall'esigenza di garantirsi in maniera stabile personale specializzato, si fa grande utilizzo di collaboratori, che possono essere impiegati per seguire progetti specifici e contingenti, come può accadere per le commesse degli studi professionali (architettura e ingegneria) e delle società di consulenza, ma anche per settori quali la moda (in concomitanza con le sfilate), il design (sviluppo di nuovi prodotti), l'editoria.

**Tab. 9 - Utilizzo previsto nel 2007 di collaboratori a progetto per grandi gruppi professionali (classificazione ISTAT) e secondo altre caratteristiche: distribuzioni percentuali e confronti territoriali**

	Settori creativi della provincia di Milano				Provincia di Milano	Lombardia
	Totale	Industria del Design	Altri sett. industriali	Servizi creativi	Totale	Totale
<b>Contratti previsti di collaboratori*</b>	<b>11.500</b>	<b>620</b>	<b>2.230</b>	<b>8.650</b>	<b>28.690</b>	<b>42.800</b>
<b>- di cui collaboratori in senso stretto* (1)</b>	<b>10.860</b>	<b>560</b>	<b>1.910</b>	<b>8.380</b>	<b>25.600</b>	<b>38.020</b>

**Valori % riferiti ai collaboratori in senso stretto**

**Per grandi gruppi professionali**

Dirigenti, professioni ad elevata specializzazione e tecnici	58,8	54,9	79,6	54,3	64,5	67,2
Impiegati, professioni commerciali e nei servizi	38,4	24,5	12,8	45,2	32,2	27,0
Operai specializzati e conduttori di impianti e macchine	2,8	20,6	7,5	0,5	2,5	4,8
Professioni non qualificate	0,0	0,0	0,1	0,0	0,7	1,0

**Per livelli di istruzione richiesti**

Titolo universitario	38,4	12,8	47,2	38,0	32,6	32,8
Diploma di scuola superiore e post-diploma	53,9	77,4	42,2	55,0	56,9	55,0
Istruzione e formazione professionale	7,2	8,9	7,9	6,9	6,4	7,1
Scuola dell'obbligo (2)	0,6	0,9	2,6	0,1	4,2	5,0

**Per classe di età**

Fino a 24 anni	3,0	4,3	0,2	3,6	2,1	2,2
25-29 anni	10,9	3,7	11,0	11,3	12,5	14,5
30-34 anni	6,4	18,7	14,7	3,7	9,5	10,8
35 anni e oltre	21,5	48,5	39,3	15,6	33,9	36,2
Età non rilevante	58,2	24,9	34,8	65,8	42,0	36,4

**Segnalazione del genere ritenuto più adatto allo svolgimento della professione richiesta**

Uomini	14,0	45,3	30,1	8,2	29,0	33,5
Donne	10,7	25,6	18,0	8,0	13,8	15,6
Ugualmente adatti (indifferente)	75,3	29,1	51,8	83,8	57,2	50,8

\*Valori arrotondati alle decime

(1) Esclusi amministratori di società

(2) Scuola dell'obbligo prevista dalla normativa in vigore fino all'anno scolastico 2006-2007

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2007

A livello settoriale, sono soprattutto i servizi a impiegare collaboratori a progetto in senso stretto: 8.380 unità previste contro le 2.480 dei segmenti industriali. Sono, inoltre, le aziende piccole e medie (fino a 49 dipendenti) a farne un utilizzo maggiore (più del 30% delle imprese).

Per tracciare un breve profilo dei collaboratori richiesti, si tratta prevalentemente di uomini (il 14% delle imprese li ritiene più adatti per la mansione da svolgere), con più di 35 anni di età (21,5% del totale previsto), laureati (il 38%) e inquadrati nel gruppo professionale più elevato, quello dei dirigenti, professioni intellettuali/scientifiche e tecniche (59%).

Infine, un cenno al lavoro interinale e agli stage: le imprese che nel 2006 hanno utilizzato lavoratori interinali rappresentano l'11% del totale; quelle che hanno ospitato, nello stesso anno, personale con contratto di tirocinio ammontano al 18,6% (per il 50% si tratta di grandi imprese), assai più numerose che nell'intero sistema provinciale, dove tale quota si assesta all'11%. Sono soprattutto i servizi creativi a reclutare stagiaire.

### **Difficoltà di reperimento delle figure professionali e fabbisogno formativo**

Uno dei problemi che lamentano le imprese dei settori creativi è costituito dalle difficoltà riscontrate nel reclutare le figure professionali di cui hanno bisogno.

Tali difficoltà riguardano il 22,3% delle assunzioni programmate (3.700 unità) e toccano maggiormente i segmenti industriali (25,4%), in particolare il design, dove la forte esperienza domandata ai lavoratori contribuisce a renderne complicato il reclutamento.

Il problema del difficile reperimento dei lavoratori è, tuttavia, più avvertito dall'intero sistema produttivo milanese - dove si presenta per un'assunzione su quattro - e a livello regionale (29,7%). In questo ambito, quindi, le prospettive dei settori creativi si confermano più ottimistiche, nonostante sia molto elevato il livello dei curricula ricercati (titolo di studio superiore + precedente esperienza maturata).

Tra i motivi lamentati dalle imprese, nella maggior parte dei casi i problemi concernono la mancanza della qualificazione necessaria (46%) e la ridotta presenza delle figure professionali ricercate (32%). Emergono qui i limiti, da un lato, di un sistema formativo che non soddisfa completamente i bisogni del mondo produttivo e, dall'altro, di un mercato del lavoro che spesso presenta un'offerta insufficiente rispetto alla domanda.

Confrontando le motivazioni delle imprese creative rispetto a quelle della totalità dei settori, si rileva l'importanza che le prime riservano alla qualificazione professionale dei propri dipendenti, che è considerata il primo e più importante ostacolo al reclutamento.



Tra le figure considerate difficili da rintracciare spiccano quelle intellettuali e scientifiche (22,8%), in particolare gli specialisti in scienze matematiche e fisiche e gli ingegneri, e quelle tecniche (20,4%), principalmente i tecnici della sicurezza ambientale e delle scienze ingegneristiche, mentre più bassa è la percentuale relativa agli impiegati (13,2%). Inoltre, sebbene il loro numero complessivo sia basso (3.280 assunzioni previste), consistente è la percentuale di operai e conduttori di impianti difficili da reperire (rispettivamente il 43% e il 21%). Si tratta di operai specializzati nel tessile, nelle attività poligrafiche, nella lavorazione del cuoio o di conduttori di impianti chimici e addetti alle macchine tessili.

Nella maggior parte dei casi, il tempo impiegato per la ricerca dei lavoratori necessarie è di 1-2 mesi (40%), mentre c'è una quota abbastanza consistente di assunzioni che esigono una ricerca di oltre 6 mesi (18,6%). Il confronto con la totalità dei settori evidenzia mediamente tempi più lunghi per i settori creativi.

**Tab. 10 - Assunzioni previste nel 2007 di difficile reperimento per classe dimensionale e motivi delle difficoltà**

	<b>Settori creativi</b>	<b>Provincia di Milano</b>	<b>Lombardia</b>
<b>Totale</b>	<b>22,3</b>	<b>24,7</b>	<b>29,7</b>
<b>di cui</b>			
<i>Imprese 1-9 dipendenti</i>	<i>27,6</i>	<i>28,7</i>	<i>38,1</i>
<i>Imprese 10-49 dipendenti</i>	<i>26,8</i>	<i>25,3</i>	<i>30,3</i>
<i>Imprese 50 dipendenti e oltre</i>	<i>18,8</i>	<i>22,6</i>	<i>23,9</i>
<b>Motivi della difficoltà di reperimento</b>			
Mancanza della necessaria qualificazione	45,9	34,1	30,9
Mancanza di strutture formative	4,6	2,7	2,3
Ridotta presenza della figura	31,8	32,3	28,6
Insufficienti motivazioni economiche	11,8	18,4	25,4
Lavoro offerto prevede turni/notte/festivi	3,4	8,9	9,3
Altri motivi	2,5	3,6	3,6

*Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2007*

Relativamente al livello di istruzione, il 23% delle assunzioni di laureati è ritenuto difficoltoso, un dato però più basso rispetto a quanto registrato per l'intero sistema produttivo provinciale, dove tale quota raggiunge il 24,6%, ma dove nel complesso le imprese dichiarano di incontrare maggiori difficoltà nel reperimento dei lavoratori.

Sebbene il titolo universitario sia il più impiegato nel creativo (in maniera quasi doppia rispetto all'insieme dei settori milanesi), emerge una forte preoccupazione delle imprese per la preparazione/qualificazione delle figure da assumere, ritenuta spesso inadeguata e bisognosa di interventi formativi successivi.

Più specificamente, la formazione post inserimento che le imprese creative programmano riguarda più dell'80% dei neoassunti (sfiora il 90% nelle grandi imprese). Tale addestramento avviene prevalentemente attraverso l'affiancamento al personale esperto (78%), anche se non mancano i corsi di formazione interna (31,5%) ed esterna (16,2%).

L'esigenza formativa è particolarmente avvertita proprio per i dipendenti in possesso del titolo universitario: la maggioranza dei laureati (52,8%) necessita di un'ulteriore formazione (svolta attraverso corsi), essendo le funzioni svolte caratterizzate da un elevato livello di qualificazione, che, come accennato, non sempre viene fornito dal sistema d'istruzione. Inoltre, occupando posizioni ritenute spesso strategiche (la metà circa dei professionisti intellettuali di elevata specializzazione ha bisogno di una formazione aggiuntiva), le imprese stesse ben volentieri vi investono risorse.

**Tab. 11 - Assunzioni previste per cui è necessaria un'ulteriore formazione post-inserimento per classe dimensionale e modalità di formazione**

	<b>Settori creativi</b>	<b>Provincia di Milano</b>	<b>Lombardia</b>
<b>Totale di cui</b>	<b>82,4</b>	<b>81,2</b>	<b>79,7</b>
<i>Imprese 1-9 dipendenti</i>	<i>76,6</i>	<i>71,2</i>	<i>70,2</i>
<i>Imprese 10-49 dipendenti</i>	<i>69,9</i>	<i>68,3</i>	<i>70,5</i>
<i>Imprese 50 dipendenti e oltre</i>	<i>88,8</i>	<i>89,4</i>	<i>89,4</i>
<b>Modalità di formazione prevista</b>			
Corsi interni all'azienda	31,5	30,1	24,7
Corsi esterni all'azienda	16,2	14,7	13,3
Affiancamento a personale interno	78,1	74,5	74,1
Altre modalità	0,6	1,6	1,0
<b>Totale (1)</b>	<b>82,4</b>	<b>81,2</b>	<b>79,7</b>

Fonte: Unioncamere - Ministero del Lavoro, Sistema Informativo Excelsior, 2007

(1) La somma dei valori percentuali relativi alle singole modalità può superare il valore riportato nella colonna totale in quanto le imprese potevano indicare più di una modalità di formazione

Infine, un cenno alla formazione svolta dalle imprese creative nel 2006. Quelle che complessivamente hanno effettuato corsi di formazione interni o esterni sono state il 29% del totale; tale percentuale risulta molto più elevata della media provinciale (19,5%) e regionale (20%), a ulteriore conferma di quanto detto a proposito della forte specializzazione dei settori creativi, che richiede una più spiccata professionalizzazione, frutto di una preparazione aggiuntiva post inserimento.

Inoltre, se si prendono in considerazione le aziende di grande dimensione (più di 50 dipendenti) sono addirittura più della metà quelle che hanno attivato percorsi formativi, mentre, a livello settoriale, sono soprattutto i servizi creativi (43%).

Per chiudere ricordiamo che la domanda di lavoro è sempre più articolata, perché, accanto al titolo di studio o all'esperienza, le imprese richiedono altre competenze specifiche, quali la conoscenza delle lingue straniere (quasi la metà delle assunzioni) e l'informatica (78%).

## CONCLUSIONI

Le previsioni di assunzione nei settori creativi rivelano per il 2007 una contrazione del mercato del lavoro, con un saldo negativo tra entrate e uscite di personale dipendente, su cui ha inciso particolarmente la flessione dei segmenti industriali, mentre i servizi si presentano in espansione. Questo quadro rispecchia l'andamento dell'intero sistema provinciale, dove da qualche anno la crescita occupazionale è legata prevalentemente al terziario.

La maggior parte delle assunzioni programmate riguarda i profili altamente specializzati (60%) e rappresenta un vero record dal momento che tale quota è quasi il doppio di quella dell'intero sistema delle imprese milanesi, che già di per sé vanta un primato rispetto alla media regionale e nazionale. Si tratta di dirigenti e manager, di intellettuali, tecnici ed esperti che trovano un largo impiego in settori innovativi e competitivi come quelli considerati, che puntano fortemente sull'investimento in risorse umane qualificate e che presentano delle specificità che richiedono competenze elevate.

A ciò si accompagna la considerevole domanda di laureati, naturalmente destinati a svolgere le funzioni aziendali più specialistiche o strategiche.

Ma spesso la preparazione accademica non è sufficiente o adeguata a ricoprire le posizioni aperte: di qui, da un lato, l'importanza di una precedente esperienza lavorativa e, dall'altro, la necessità di completare la qualificazione con programmi formativi post inserimento (training e corsi).

Proprio la mancanza della qualificazione necessaria è la principale difficoltà che lamentano le imprese nel reclutamento del personale, evidenziando il persistere di un divario tra il sistema formativo e quello produttivo, che se nel tempo si è attenuato, grazie anche alla riforma universitaria, presenta ancora delle criticità.

Tutte queste problematiche, insieme all'esigenza di garantirsi in maniera stabile professionisti specializzati, spiegano il prevalere del contratto di lavoro a tempo indeterminato, che rimane quello più utilizzato, sebbene si stiano diffondendo forme contrattuali più flessibili.

In sintesi, quello dei settori creativi, pur avendo molte caratteristiche in comune con l'intero sistema produttivo milanese, si distingue per essere un mercato del lavoro molto qualificato, dove imprese dinamiche e innovative investono ampiamente nel capitale umano intelligente, considerato un fattore competitivo fondamentale per affrontare con successo i cambiamenti dei mercati.