



CECOT

Centro Sviluppo
Commercio Turismo e Servizi

IL LAVORO STAGIONALE NEL DISTRETTO TURISTICO DI RIMINI 2008



a cura di Primo Silvestri
Europa Inform Consulting Srl di Rimini



Ente Bilaterale Territoriale Emilia-Romagna
"Commercio, Turismo e Servizi"
Centro Servizi Territoriale di Rimini

Ricerca realizzata con il contributo dell'Ente Bilaterale Territoriale Emilia Romagna (E.B.T.E.R.)
CST di Rimini nell'ambito del progetto "Ricerca sul lavoro stagionale" Prot. P.F. 09/08



**IL LAVORO STAGIONALE
NEL DISTRETTO TURISTICO DI RIMINI**

Novembre 2008

Responsabile del Progetto:
Licia Piraccini, Cescot di Rimini

Direttore della ricerca:
Primo Silvestri, Europa Inform Consulting Srl di Rimini

Rilevatori:
Maria Rosaria Broccoli
Sergio Cannaviello
Antonietta Coppola
Luca Silvestri
Mara Tamborra

Elaborazione dati:
Giovanni Deluigi

Grafica ed Impaginazione:
Barbara Marini, MM Studio Rimini

Si ringraziano:

- Marco Pasi del CAT Centro Assistenza Tecnica - Emilia Romagna
- Marco Vincenzi del Centro per l'Impiego di Rimini
- Mirco Pari e Mariapia Bartoli della Confesercenti Provinciale di Rimini
- Mauro Rossi della FILCAMS CGIL
- Elmina Castiglioni della FISASCAT CISL
- Gian Piero Scarponi della UILTuCS UIL

INDICE

Premessa	5
INTRODUZIONE AL CONTESTO	7
Il turismo nel mondo	7
Il turismo nell'economia locale	10
Il lavoro nel turismo	12
CAPITOLO 1: GLI STAGIONALI, LE IMPRESE E IL LAVORO	16
Gli obiettivi e il disegno dell'indagine	16
Il luogo e le caratteristiche delle imprese	16
Il profilo dei lavoratori stagionali	17
La ricerca e le condizioni di lavoro	19
Stagionalità e abitazione	27
L'inverno degli stagionali	28
CAPITOLO 2: LA FORMAZIONE PRESENTE E FUTURA	30
Le lingue e il computer	30
La formazione al lavoro	31
Formazione e stagionali extra provinciali	34
CAPITOLO 3: STAGIONALI, AMBIENTE E SOSTENIBILITÀ	35
Il marchio "alberghi ecologici"	35
L'albergo ecologico e l'idea del "turismo sostenibile"	36
CONSIDERAZIONI FINALI	39
ALLEGATO STATISTICO	41

Premessa

Lo sviluppo del turismo si accompagna frequentemente a quello della qualità economica e sociale di un territorio o, perlomeno, questo è l'assioma che gli studiosi della materia hanno tentato di codificare in questi anni di analisi e studio delle dinamiche del settore.

Collegamento interessante e che contiene al proprio interno la possibilità di un processo virtuale di crescita e, nel contempo, di regressione. Il secondo risvolto viene, naturalmente, maggiormente percepito in momenti di crisi o di stasi della crescita economica, momenti in cui, di riflesso, aumenta il tono del dibattito attorno alla necessità per le imprese di accrescere la propria competitività. Tema sicuramente delicato e che si coniuga sempre con il concetto di innovazione, sia che questa sia indotta dalla spinta tecnologica (*technology push*) sia che nasca come risposta al mercato (*market pull*). Il turismo coniuga, per necessità, questi due approcci all'innovazione e attraverso la creatività cerca e crea nuovo valore per il mercato.

Per un'impresa turistica questo processo si realizza sicuramente rafforzando la propria identità e *mission* ma anche coinvolgendo tutti i lavoratori, che rappresentano gli 'strumenti di comunicazione' privilegiati dei valori dell'impresa. La preparazione e la motivazione dei lavoratori e delle lavoratrici, il loro coinvolgimento nei processi di "miglioramento continuo" attraverso la massima attenzione alle aspettative ed alle esigenze del cliente sono fattori determinanti per la competitività.

La formazione professionale deve garantire la crescita delle persone nel loro approccio al lavoro e alle dinamiche del settore turistico nel modo più efficace e completo, fornendo risposte convincenti non solo agli aspetti strettamente tecnici della professione ma anche a quelli collegati alle competenze trasversali e ai valori autentici della accoglienza romagnola.

La stagionalità, come caratteristica originale del settore, impone la ricerca di soluzioni convincenti rispetto a tempi, luoghi e contenuti della formazione. Risposte costruite su misura per garantire risposte adeguate sotto il profilo quali-quantitativo, in un momento in cui i tagli alle spese pubbliche in formazione invitano tutti – Enti Locali, Centri di Formazione, Enti Bilaterali – ad un più saggio utilizzo delle risorse.

In questo contesto, l'analisi preliminare e la costruzione di un quadro conoscitivo approfondito sono condizioni essenziali per mettere in grado tutti i protagonisti di svolgere il proprio compito in modo convincente.

Il lavoro svolto dal Cescot cerca di andare in questa direzione, arricchendo ulteriormente il patrimonio delle cose realizzate con efficacia nel passato.

Un grazie a quanti hanno creduto in questo lavoro di analisi e hanno fornito il loro contributo per migliorare la formazione e il matching tra domanda e offerta di lavoro nel settore più importante dell'economia locale.

Alessandro Bonfè
Presidente del Cescot

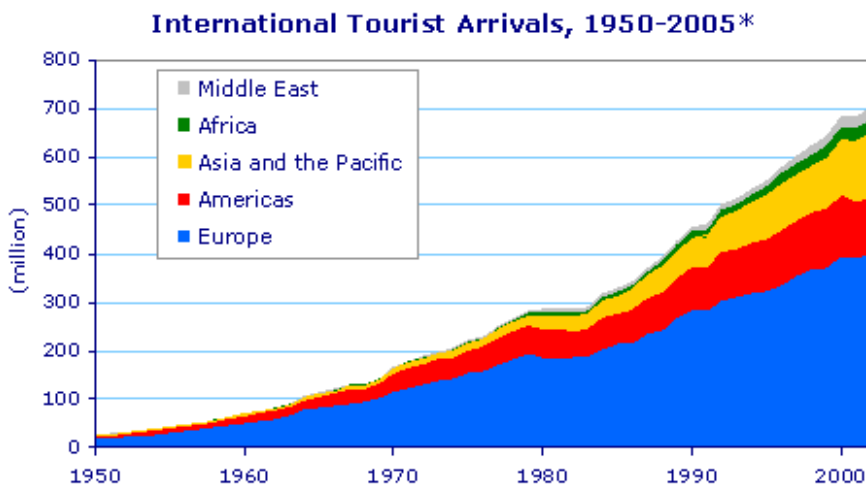
INTRODUZIONE AL CONTESTO

Il turismo nel mondo

Il turismo dei grandi numeri è un fenomeno relativamente recente. **Nel 1950 i viaggiatori di tutto il mondo non superavano i 25 milioni, nel 2007 avevano già oltrepassato 900 milioni** (il 14% dell'intera popolazione mondiale), e le previsioni dell'Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT) indicano che si arriverà a **1,6 miliardi nel 2020**. A questa data, con oltre 700 milioni di arrivi previsti, l'Europa rimarrà ancora la principale meta di destinazione, ma per effetto della maggiore crescita di altre regioni del pianeta, in particolare il sud-est asiatico, la sua quota nel mercato mondiale si ridurrà dal 60% del 1995 al 46% nel 2020.

Nell'ultimo anno i cinesi che sono andati all'estero sono stati 47 milioni (quasi un'Italia intera!) e le previsioni dicono che il numero quadruplicherà nei prossimi dieci anni.

Nel 2008, nonostante l'incerta situazione economica, il World Travel & Tourism Council (W TTC) prevede una ulteriore crescita dei viaggiatori del 3%, portando il contributo all'economia del turismo allargato, considerando cioè tutte le ricadute, al 9,9% del Pil mondiale e l'occupazione al 8,4% del totale dei posti di lavoro disponibili (uno su dodici circa).



Fonte: Organizzazione Mondiale del Turismo (OMT), 2008

L'Italia, con 367 milioni di notti trascorse, da turisti italiani e stranieri, in strutture ricettive nel 2006, pari al 16% del totale europeo, dopo la Spagna che di notti ne colleziona complessivamente 379 milioni, è il secondo Paese d'Europa per destinazione turistica. Ma diventa il terzo, superato in questo caso anche dalla Francia, per le entrate da turismo internazionale: 30 miliardi di euro circa.

In ordine, Germania, Gran Bretagna e Francia sono i Paesi europei col maggior numero di viaggiatori all'estero.

Crescono i numeri del turismo, ma mutano anche le modalità di fruizione. I viaggiatori sono maggiormente consapevoli del valore del proprio tempo libero e diventano sempre più selettivi nelle loro scelte: in cambio del proprio tempo e del proprio denaro chiedono più valore, e di conseguenza domandano esperienze e livelli di qualità più elevati. Tra le nuove domande cresce quella culturale: secondo uno studio della Commissione Europea, il 20% dei turisti che visitano l'Europa risponde a motivazione prevalentemente culturali, in tanto che il 60% di turisti europei sono comunque interessati a conoscenze culturali. Ed il turista culturale spende di più di uno normale.

Si conferma inoltre la tendenza ad abbandonare la vacanza unica per la “**multi vacanza**”, con viaggi sempre più frequenti e soste sempre più brevi (dal 1998 al 2005, in Europa, i viaggi brevi compresi tra una e tre notti sono cresciuti del 47%, a fronte di un aumento di tutti i viaggi del 31%). Come risultato di questa tendenza, dal 2000 al 2006, in Germania la durata media della vacanza è scesa da 9,6 a 7,1 giorni, e in Italia da 7,1 a 6,5 giorni.

Tra i viaggi brevi quelli *leisure* (per piacere) sono ancora i più numerosi, ma conquistano sempre più mercato quelli *business* che, dal 2000 al 2006, crescono ad una media annuale del 20% in Germania (dove rappresentano già un terzo del totale) e Grecia, del 40% in Spagna (sono però ancora al 12% del totale) e molto meno, appena il 3%, in Italia, dove attualmente coprono il 22% di tutti i viaggi (Eurostat, Panorama on Tourism 2008).

Un altro cambiamento importante, che interesserà soprattutto il futuro, è quello riguardante l'età dei turisti: oggi le persone con più di 65 anni rappresentano un quinto della popolazione ed un sesto dei turisti europei. Nel 2040, secondo le previsioni, gli ultrasessantacinquenni saranno più di un quarto dei residenti (il 27%), ed è ragionevole pensare, visto che questa generazione ha già acquisito l'abitudine di viaggiare, che proporzionalmente crescerà anche la loro partecipazione nel mercato delle vacanze. In altri termini, nelle prossime decadi i viaggiatori senior potrebbero raddoppiare, anche in virtù del fatto che già oggi spetta a questo gruppo d'età il primato delle vacanze più lunghe.

In quanto alla creazione di posti di lavoro, **in Europa solo in Hotel e Ristoranti sono occupati circa 9 milioni di persone, pari al 4,2% del totale. Supera invece il 5% il contributo del turismo al Pil europeo.**

Tra i Paesi europei dove l'**occupazione nei servizi turistici** è più consistente c'è la Germania e la Spagna, con circa 1,4 milioni di lavoratori a testa, seguiti da Gran Bretagna e **Italia con 1,2 milioni**, equivalente, per quest'ultima, al 5% circa dell'impiego nazionale, di cui tre quarti in imprese con meno di 19 addetti.

Alberghi e ristoranti contribuiscono invece al Pil nazionale, nel 2007, per il 3,9%. La differenza tra partecipazione all'occupazione e contributo al Pil è spiegabile con la bassa produttività che caratterizza il settore.

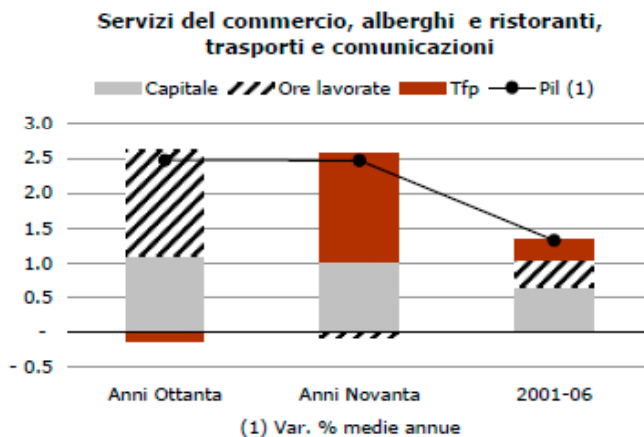
Ma le unità di lavoro a tempo pieno in alberghi e ristoranti, considerando cioè anche il tempo parziale e il doppio lavoro, secondo l'ultimo rapporto del Cnel (Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro), **nel 2007 sono in Italia circa 1,5 milioni**, 200 mila unità in più del duemila, con una crescita percentuale (+2%) superata solo dalle attività immobiliari e dalle costruzioni.

Si può aggiungere che per ogni cento occupati nel settore alberghi e ristoranti, 49 sono permanenti, 18 a termine e 33 lavorano in proprio (autonomi).

Comune in tutta Europa, con lievi variazioni tra un paese e l'altro, **il profilo degli occupati nel turismo: la metà degli addetti ha meno di 34 anni, le donne sono la maggioranza e l'impiego part-time coinvolge un lavoratore su quattro. Il livello d'istruzione è basso per il 40% degli occupati, medio per il 50% e alto solo per il 10%** (Eurostat, Tourism statistics, 2008).

Nonostante però i buoni risultati occupazionali il settore cresce sempre meno: da una media del 2,5% degli anni ottanta, a poco più dell'1% dopo il duemila. In altre parole c'è un calo complessivo della produttività, che coinvolge tutti i fattori: il capitale, il lavoro e la produttività totale dei fattori (che dipende dall'organizzazione, dal coordinamento, ecc.). Non è un comportamento settoriale isolato, ma piuttosto in linea con la perdita di competitività dell'economia italiana degli ultimi dieci anni (Cnel 2008).

LA CRESCITA ECONOMICA E IL CONTRIBUTO DEI FATTORI DELLA PRODUZIONE NEI SETTORI DELL'ECONOMIA ITALIANA



Il turismo nell'economia locale

Una breve premessa: in Europa la provincia di Rimini è al primo posto per intensità di presenze, 54 pernottamenti l'anno per abitante, seguita con 51 dalle Isole Baleari (Spagna), e quinta per intensità ricettiva, 554 posti letto per mille residenti, preceduta solo da altre quattro località, con in testa Zakynthos, Grecia, con 677 posti letto. Il turismo rappresenta quindi un'attività ben presente sul territorio.

Quando si scrive di turismo si pensa agli hotel, magari ai ristoranti ed ai negozi del mare, i giovani probabilmente alle discoteche, ma raramente si ha il quadro di tutte le attività che in qualche modo, anche se non esclusivamente, ci ruotano intorno. Così per definire l'insieme è stato preso a prestito da altri settori il termine di "**distretto turistico**", anche se non ufficialmente riconosciuto.

Si scopre in questo modo che **le imprese in qualche modo attive in questo distretto, dagli alberghi, al commercio, dalle pizzerie alle agenzie di viaggio, per citarne solo alcune, sono oltre 11 mila e rappresentano un terzo di tutte le attività della provincia di Rimini.** Nei Comuni costieri il loro peso relativo è ancora più alto, arrivando, nel caso di Cattolica, a rappresentare il 44% delle imprese del comune.

Questo, anche se non automaticamente, può già dare una idea del peso del turismo nell'economia locale. Non automaticamente perché è noto che il valore aggiunto di molte attività turistiche è piuttosto basso e che, per fare un esempio, ci vogliono 70 Grand Hotel di Rimini per fare il fatturato del Gruppo SCM, la principale azienda metalmeccanica della provincia.

Per effetto di un processo di adeguamento al mercato, che dura da tempo, nell'ultimo decennio hanno cessato la loro attività più di settecento alberghi, prevalentemente di categoria minore. In compenso, quelli rimasti sono diventati leggermente più grandi, passando da un numero medio di 29 camere per esercizio della metà degli anni novanta, alle 34 di oggi.

Questo grazie anche ad uno spostamento verso categorie superiori, che ha portato gli alberghi di tre stelle a rappresentare più della metà (54%) degli esercizi in attività, mentre solo un piccola frazione (6%) ha raggiunto le quattro e cinque stelle (ma erano appena il 2,5% nel 1995).

Da segnalare anche le modalità di gestione: solo nel comune di Rimini, **sei alberghi su dieci sono gestiti in affitto, contro i tre della media regionale e nazionale.**

Non va meglio per il commercio, dove secondo la ricerca Turiscopio, presentata da Confcommercio nell'aprile scorso, **l'87% delle attività commerciali paga l'affitto** per i muri del negozio.

E la rendita, come si sa, non favorisce quell'intraprendenza e quell'innovazione che le nuove condizioni di mercato domandano (e che il calo di produttività richiederebbe).

Imprese attive (sedi) del "Distretto Turistico" in provincia di Rimini al 31/12/07
Analisi per comuni - dati di stock

	Totale Provincia	di cui comuni Fascia Costiera					Totale comuni Fascia Costiera	di cui Entro terra-
		Bellaria Igea Marina	Cattolica	Misano Adriatico	Riccione	Rimini		Totale comuni Entro- terra
Commercio al dettaglio	5.255	373	483	166	774	2.537	4.333	922
Esercizi ricettivi	2.094	301	227	115	384	1.030	2.057	37
- di cui alberghi	1.973	288	208	108	358	986	1.948	25
Stabilimenti balneari	481	80	46	28	123	194	471	10
Ristoranti, pizzerie, bar, pub e gelaterie	1.740	175	151	106	270	767	1.469	271
Cinema	22	0	0	2	2	9	13	9
Discoteche e sale da ballo	56	2	4	6	12	25	49	7
Parchi di divertimento	14	0	2	1	4	6	13	1
Stadi e altri impianti sportivi	72	2	3	6	16	30	57	15
- di cui palestre sportive	40	2	2	1	10	16	31	9
Agenzie di scommesse e case/sale gioco/chi	71	8	5	7	10	33	63	8
Centri per il benessere fisico	21	0	3	2	4	9	18	3
Trasporti e comunicazioni	1.179	70	68	70	121	467	796	383
Agenzie di viaggio e accoglienza turistica	137	12	11	3	23	81	130	7
Imprese "Distretto Turistico"	11.142	1.023	1.003	512	1.743	5.188	9.469	1.673
Imprese Totali	33.583	2.357	2.281	1.504	4.345	15.063	25.550	8.033
% Imp. "D. T." sul tot. Imp.	33,2%	43,4%	44,0%	34,0%	40,1%	34,4%	37,1%	20,8%

Fonte: CCIAA di Rimini

Il "distretto turistico" della provincia di Rimini accoglie ogni anno circa 3 milioni di visitatori, che vi trascorrono poco meno di 16 milioni di notti (presenze), con una permanenza media appena superiore ai 5 giorni. Un movimento, salvo lievi oscillazioni, che si va stabilizzando, avendo negli ultimi decenni persi molti stranieri, a vantaggio del pubblico italiano (le presenze straniere che rappresentavano il 38% del totale nel 1980, sono scese al 22% nel 2007).

La destagionalizzazione del turismo, cominciata negli anni sessanta e legata principalmente all'inaugurazione

ne della Fiera, ma che nel futuro prossimo potrà beneficiare dell'apertura di nuovi importanti centri congressuali e di benessere, ha favorito l'apertura annuale di tanti esercizi e attualmente le presenze del periodo ottobre-aprile coprono il 14% del totale. In termini di apporto al valore aggiunto turistico probabilmente qualcosa di più, perché è noto che la spesa media giornaliera di un congressista o un viaggiatore per affari è più elevata di un semplice turista.

Non hanno avuto lo stesso successo i buoni propositi di valorizzare l'entroterra, se è vero che le attuali 100 mila presenze dei Comuni non costieri, pari allo 0,6% del totale, sono all'incirca le stesse del duemila, nonostante l'aumento degli escursionisti giornalieri.

Il calo dei turisti stranieri (crediti) e l'aumento delle spese dei riminesi all'estero (debito) ha portato ad un progressivo assottigliamento del **saldo della bilancia dei pagamenti turistica provinciale**, che è **scesa da 526 milioni di euro del 2000 a 204 milioni di euro del 2007**, praticamente dimezzata.

Il lavoro nel turismo

Nel corso dell'ultimo censimento Istat avvenuto nell'ottobre del 2001, quindi a fine stagione e con le attività stagionali chiuse, sono risultati **occupati in attività turistiche della provincia di Rimini un po' meno di 6 mila unità negli alberghi, 3,4 mila nella ristorazione e 2,7 mila nei bar**. In totale poco più di 12 mila addetti. Potremmo definirla l'occupazione stabile. Considerando che dal 2001 ad oggi le presenze turistiche provinciali complessive sono rimaste grosso modo le stesse (16 milioni), ma quelle non stagionali (ottobre-aprile) sono cresciute dall'11 al 14% del totale, è ragionevole pensare che anche il numero degli addetti permanenti possa essere aumentato.

Tra le attività comprese nella categoria "alberghi e pubblici esercizi" (che include anche campeggi, agriturismo, ecc.) sette unità locali su dieci non occupano più di due addetti, e meno di una su dieci supera i cinque. La media è di 2,9 addetti per impresa. Il settore risulta quindi estremamente frammentato e dominato da una netta maggioranza di microaziende.

Le imprese del settore "alberghi e ristoranti" rappresentano il 14% del totale, ed occupano il 13% di tutti addetti (non stagionali) provinciali, una quota più che doppia della media regionale.

Microaziende che d'estate, periodo in cui tuttora si concentrano 86 presenze turistiche complessive su cento, hanno bisogno di assumere, anche gli esercizi annuali, personale. Così, **il settore alberghi e ristorazione è quello che in assoluto detiene la quota maggiore di avviamenti al lavoro** dipendente (rapporti di lavoro posti in essere, da non confondere con le persone avviate, che come vedremo sono di meno): **oltre 45 mila**,

su un totale provinciale di 104 mila nel 2007, cioè il 44% (media tra il 40% degli avviamenti nel turismo dei residenti e il 50% dei provenienti da altre province). La percentuale settoriale più alta in assoluto, anche se in diminuzione negli ultimi anni (aveva raggiunto il 49,5% nel 2003). **Sei avviamenti su dieci, nel settore alberghi e ristorazione, riguarda personale femminile.**

Solo nel trimestre maggio-luglio, sempre con riferimento al 2007, si concentrano 42 mila avviamenti, la metà dei quali nel settore “alberghi, ristoranti e commercio” (nel 2006 avevano raggiunto il 60%).

Avviamenti per macrosettore economico e anno

Macro-settore	2000	2003	2004	2005	2006
Agr., Pesca, Attiv. estrattive	2,4	2,3	1,8	1,8	1,6
Industria	10,1	8,4	7,6	6,0	5,3
Costruzioni	4,0	4,5	5,0	4,5	5,2
Commercio	9,4	9,4	8,9	8,7	8,4
Alberghiero, ristorazione	47,6	49,5	47,2	48,8	44,1
Altri servizi	26,4	25,9	29,4	30,2	35,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: CCIAA di Rimini, Rapporto sull'economia 2007-'08

Nello stesso trimestre (maggio-luglio) gli avviati al lavoro (questa volta il numero delle persone) sono stati circa 30 mila, su un totale annuo di poco superiore a 68 mila, **di cui 17 mila donne** (più numerose tra gli avviati residenti, meno tra i non residenti). E' evidente quindi il peso del lavoro estivo.

Per fasce d'età, sempre nel periodo maggio-luglio sono avviati il 38% dei candidati di età compresa tra 25 e 44 anni, e il 42% degli aventi più di 45 anni. Solo a giugno invece sono avviati al lavoro il 46% dei 15-19enni e il 24% del 20-23enni. In sintesi, è giugno il mese dell'ingresso massiccio nel lavoro stagionale.

Ma in questo movimento provinciale per il lavoro c'è un elemento nuovo da considerare: sono i lavoratori provenienti da altre province, compresi gli stranieri. **In tutto il 2007, gli avviati al lavoro non residenti in questa provincia sono stati circa 28 mila, oltre il 40% del totale.** E' la prima volta dal duemila che viene superata la soglia del 35%.

Del gruppo degli avviati non residenti, gli stranieri sono 19 mila, cioè una netta maggioranza (due terzi), ed oltre un quarto di tutti gli avviati. Le donne, tra gli avviati stranieri, sono il 60%. Nel 2005, gli stranieri avviati al lavoro non superavano le 10 mila unità.

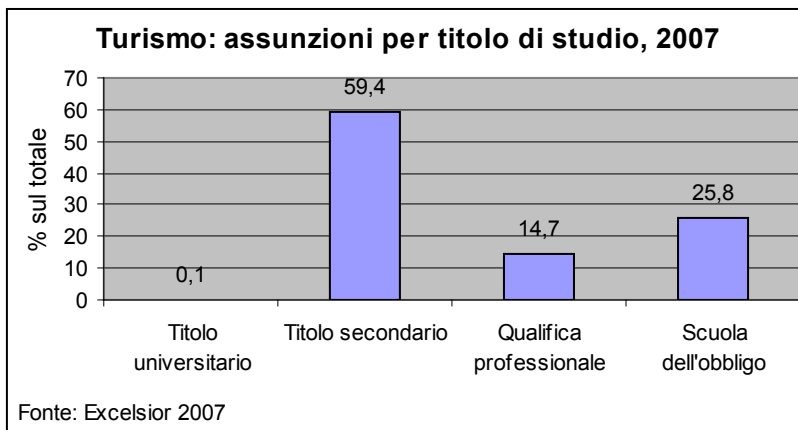
I Paesi di provenienza più rappresentati tra gli avviati stranieri sono la Romania (il 29%), l'Albania (15%), l'Ucraina (11%), il Marocco (5%) e meno tutti gli altri.

I settori di attività in cui la presenza di avviati non residenti in provincia di Rimini è superiore alla media sono il commercio (46 ogni 100), ma soprattutto il ramo alberghi e ristorazione (52 su 100), dove in pratica sono la maggioranza. Questo vuol dire una cosa molto semplice: senza la presenza di lavoratori stagionali non residenti, disposti a trasferirsi per qualche mese a Rimini, o magari già presenti, una buona fetta delle attività turistiche costiere incontrerebbero serie difficoltà ad andare avanti.

Questa realtà, che non è congiunturale ma sta diventando strutturale, pone diversi problemi di ordine sociale ed economico, a partire dalla verifica del livello di formazione richiesto per lavorare nel settore di avviamento, a cominciare dal ramo turistico, dove come abbiamo visto si richiedono servizi con livelli di qualità sempre più elevati.

E stride con un'altra situazione: col fatto cioè che, intervistati nel 2005 a tre anni dal conseguimento del titolo, **il 42% dei giovani diplomati occupati, degli Istituti ad indirizzo commerciale, turistico e per la ristorazione della provincia, dichiara di svolgere un lavoro poco coerente con il percorso di studi fatto. Percentuale che sale addirittura al 53% per i diplomati degli Istituti tecnici per il turismo** (Provincia di Rimini, Diplomarsi a Rimini, F. Angeli, 2006, pag.41-42). Di conseguenza non c'è da sorprendersi se le iscrizioni a questi Istituti diminuiscono.

Questo capita anche se, almeno nelle intenzioni, come sono le indagini Excelsior sulle previsioni di assunzioni dell'anno, il titolo di studio secondario è il più richiesto nel settore Alberghi, ristoranti, servizi di ristorazione e servizi turistici. **Poche opportunità sono invece riservate ai possessori di titoli universitari: appena uno per ogni mille promesse di assunzione. Nell'anno migliore, 2005, sono stati 1,8 per ogni cento nuove assunzioni previste.** Per avere un confronto, l'industria meccanica locale ha richiesto, nello stesso anno, 16 laureati ogni cento assunti. Cioè 160 volte di più.



Il settore alberghi e ristorazione è protagonista del grosso degli annuali avviamenti al lavoro, ma è anche quello che a fine anno ne trattiene di meno: appena 8 avviamenti su cento sono ancora in essere a fine dicembre, cioè non sono ancora cessati, contro 50 dell'industria e 34 del commercio. E' la caratteristica del lavoro stagionale, che è appunto temporaneo.

Quanti sono i lavoratori stagionali (non agricoli) che ottengono almeno un versamento contributivo INPS per lavoro dipendente? Stando ai dati dell'Osservatorio sui Lavoratori dipendenti dell'Inps elaborati

dall'A.n.co.t (Associazione Nazionale Consulenti Tributarî) per l'anno 2004, **la provincia di Rimini è in testa con 16 mila unità**, seguita da Bolzano (15 mila), Ravenna (10 mila) e dietro tutte le altre. Una adesione, come è facile notare, molto inferiore al numero effettivo degli avviati (più di 30 mila) al lavoro dipendente durante la stagione estiva.

Versamenti contributivi per cifre minime se poi è anche vero che la retribuzione media denunciata (o che l'impresa ha denunciato) dei lavoratori stagionali di Rimini è di appena 4.669 euro a stagione, molto meno di Bolzano (9.805) che ha all'incirca lo stesso numero di stagionali, ma anche meno della media nazionale di 6.300 euro, e dietro perfino agli importi delle province di Trapani (4.976) ed Enna (4.795).

Le basse retribuzioni degli stagionali ai fini dei versamenti Inps non sono la sola particolarità di questa provincia, perché anche le retribuzioni unitarie annuali, che tiene conto di tutti i settori dell'economia, sono le più basse, non solo dell'Emilia Romagna, ma d'Italia.

Infatti, nel 2004, un uomo guadagnava 15,4 mila euro a Rimini contro i 21,8 mila della media regionale (-29%); le donne 9,6 mila euro a fronte dei 14,3 mila regionali (-33%).

Che siano le basse retribuzioni ufficiali estive ad abbassare la media generale, è possibile, ma è una ipotesi da verificare.

CAPITOLO 1

GLI STAGIONALI, LE IMPRESE E IL LAVORO

Gli obiettivi e il disegno dell'indagine

Una precedente indagine, sempre commissionata dal Cescot, sul lavoro stagionale in provincia di Rimini risale al 2004. Questa realizzata nel pieno della stagione estiva 2008, può quindi essere considerata l'aggiornamento di un impegno che ha una sua storia. Lo scopo, oltre a dare uno volto ad un fenomeno che da sempre caratterizza una parte importante dell'impegno lavorativo di tante persone, residenti e non, è quello di ricavare indicazioni utili ad individuare percorsi formativi che possano venire incontro, soprattutto pensando ai più giovani, alle necessità di un turismo che ha l'urgente necessità, per mantenersi competitivo, di offrire servizi di sempre maggiore qualità. Un aspetto non secondario in un settore dove il fattore umano ha un ruolo decisivo.

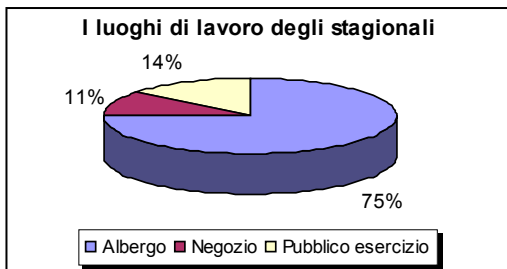
Il disegno originario dell'indagine prevedeva una intervista diretta sul lavoro ad un campione casuale di circa 200 lavoratori stagionali, di età non superiore ai trent'anni, alle prime esperienze lavorative e con mansioni di profilo medio-basso (cioè non troppo professionalizzati, da escludere qualsiasi intervento formativo). Il risultato finale è stato che i lavoratori intervistati sono stati 245, quindi più del previsto. Le interviste sono state condotte con un questionario strutturato a risposte chiuse, con molte domande che erano uguali a quelle della volta precedente, così da consentire un confronto, nel tempo, tra le risposte.

Il luogo e le caratteristiche delle imprese

Fatto uguale a cento il totale degli stagionali intervistati, 72 lavorano nel comune di Rimini (in una località compresa tra Torre Pedrera e Marano, ai confini con Riccione), 21 a Riccione, 3 a Cattolica e 3 a Bellaria-Igea Marina.

La maggioranza assoluta, tre quarti, degli stagionali, come si deduce dal grafico, presta la sua opera in hotel, uno su sei in un ristorante, bar, gelateria e chiosco, e uno su dieci in attività commerciali di varia natura, principalmente vendita di abbigliamento, calzature e tabaccherie.

Più della metà (55%) degli stagionali intervistati, lavora in esercizi aperti tutto l'anno, percentuale che sale al 64% per gli alberghi. Questi sicuramente disporranno di personale stabile, pronti però a domandare rinforzi durante la stagione estiva, per affrontare il maggior afflusso di pubblico.



Gli alberghi dove gli stagionali lavorano sono per il 60% di tre stelle, il 25% di due stelle, il 14% di quattro stelle e solo l'1% ad una stella.

In quanto a dimensione, misurata dal numero di camere, l'81% lavora in hotel con più di 30 camere, il 18% tra 15 e 30 camere, e l'1% meno di 15 camere.

Il profilo dei lavoratori stagionali

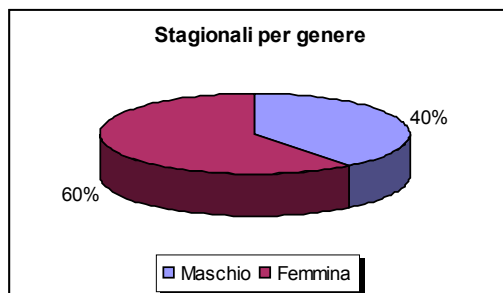
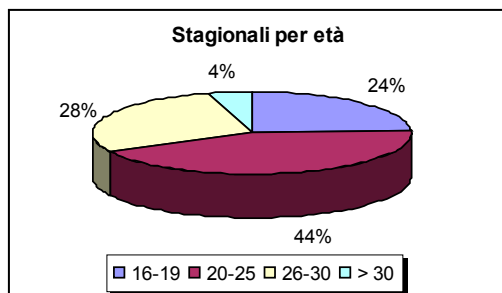
Se in Europa la metà degli addetti nel turismo ha meno di 34 anni, sono cioè giovani, non è molto diverso nelle Riviera di Rimini, anche se va ricordato che sulla divisione per fasce d'età del campione di stagionali pesa ovviamente il disegno originario dell'indagine, che restringeva l'universo ai lavoratori e alle lavoratrici massimo trentenni.

Ciò premesso, **uno su quattro degli stagionali intervistati è risultato avere meno di 19 anni, e complessivamente due su tre non superano i 25 anni.** Da tenere presente che un terzo degli stagionali del campione d'inverno fa ancora lo studente.

Una età molto giovane come esce confermato anche dallo stato civile, da cui emerge che solo uno su dieci risulta coniugato/a.

Le donne sono in netta maggioranza: sessanta posti stagionali su cento sono occupati da loro. E fatto sempre uguale a cento la partecipazione femminile al lavoro stagionale, 57 sono residenti in provincia di Rimini e 43 vengono da fuori.

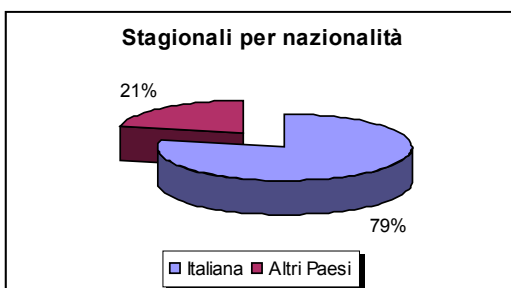
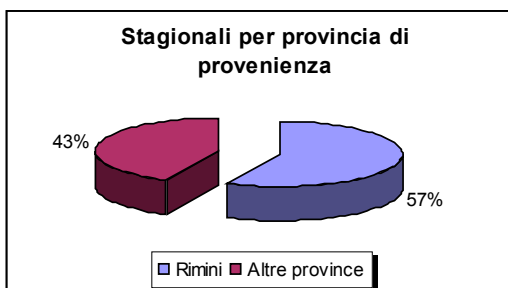
La presenza di genere e la provenienza non si discostano troppo dalle percentuali dell'indagine precedente.



Infatti, a trovare nel turismo uno sbocco occupazionale, sebbene stagionale, sono tanti residenti di questa provincia (57%), **ma altrettanto numerosa è la pattuglia di chi viene da fuori** (43%), spesso da province lontane come Bari, Napoli, Avellino, Taranto, Potenza e tante altre, per non citare quelle straniere. Dall'Emilia Romagna arrivano solo 8 stagionali su 100 provenienti da fuori provincia.

Gli immigrati stranieri (rientrano tra i provenienti da Altre province) che trovano lavoro nel turismo della Costa sono più del 20% del totale, ed il loro numero è in costante crescita. Tra le nazionalità più rappresentate ci sono i rumeni (42% degli stranieri stagionali), gli albanesi (26%), gli ucraini (6%), e con una quota del 4% moldavi, ecuadoreñi, polacchi e cinesi, per finire, con il 2%, con turchi, inglesi, ungheresi, bosniaci e marocchini. Insomma, una piccola rappresentanza del mondo.

Che nel turismo della Costa molte figure professionali provenissero da fuori provincia non è in se una novità. L'entroterra pesarese è sempre stato un bacino di rifornimento. Ma due sono probabilmente le novità degli ultimi decenni: l'allungamento della catena di provenienza, con tante province del Sud rappresentate, e l'immigrazione, in particolare dall'Est. Sono invece poco rappresentati gli immigrati provenienti dal continente africano. Un lavoro a cui probabilmente non si sentono attratti.

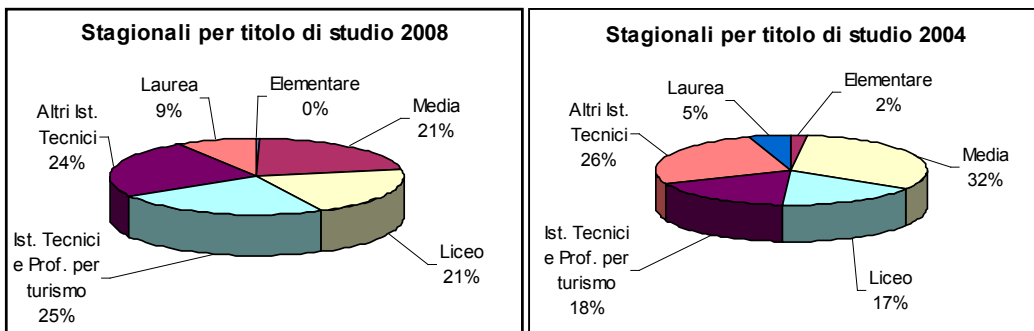


Un altro aspetto interessante del profilo dello stagionale è sicuramente il suo **titolo di studio** o il livello di formazione. Si scopre così che solo **uno stagionale sotto i trent'anni su quattro, nel 2008, ha un titolo**

di studio collegato al turismo (tecnico o professionale), le elementari sono quasi sparite e i laureati rappresentano il 9%. Tra i laureati presenti, quasi quattro su dieci ha un titolo in economia del turismo, due in lingue, uno ciascuno in giurisprudenza, ingegneria ed economia, ed il resto in altro.

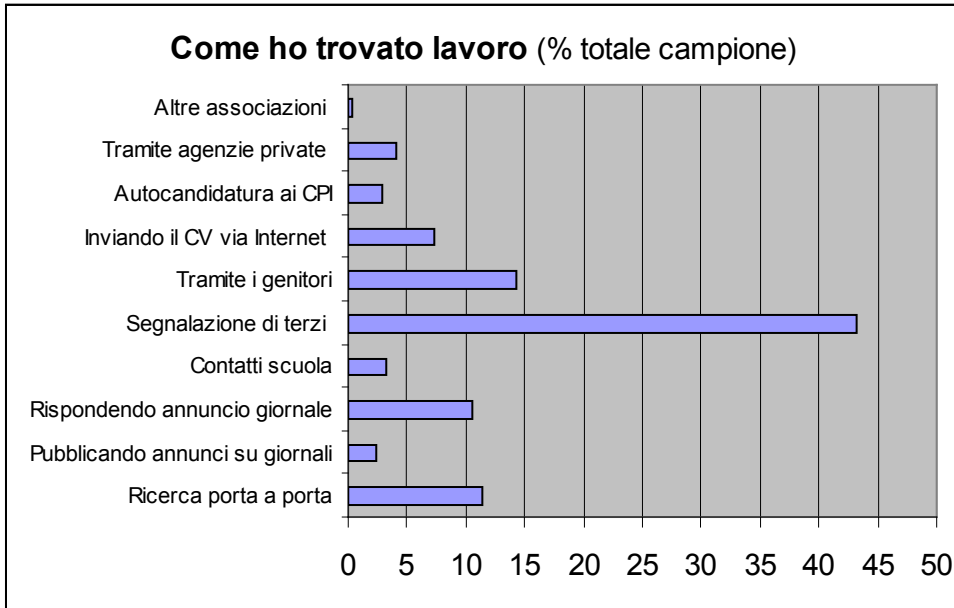
Tra quanti, diplomati, hanno invece conseguito un titolo tecnico o professionale in campo turistico-alberghiero, la componente più numerosa si è specializzata in cucina (36%), seguita dalla sala bar (24%) e dal ricevimento (12%), poi con percentuali del 6%, cameriere, addetto alla ristorazione e operatore turistico.

Rispetto all'indagine precedente (2004) sono aumentati di sette punti percentuali gli occupati stagionali che hanno conseguito un titolo in saperi turistici, di quattro punti i laureati, e sempre di quattro punti quanti hanno frequentato un liceo. Ha perso invece rappresentatività, undici punti percentuali in meno, il titolo di terza media. In sostanza si può quindi affermare che in un tempo relativamente breve è cresciuto in modo significativo il livello medio di formazione, anche se quella specifica in qualche area del turismo rimane ancora appannaggio di una minoranza.



La ricerca e le condizioni di lavoro

Se i canali informali sono la prima modalità di ricerca del lavoro in Italia (nei servizi, oltre l'80% delle imprese utilizza questo canale di reclutamento, secondo il Rapporto Cnel 2008), il lavoro stagionale, considerando anche la giovane età del campione, era difficile che sfuggisse a questa logica. Infatti, mettendo insieme **le segnalazioni di terzi** (amici, conoscenti, ecc.) e quelli dei genitori, ben **il 57% ha trovato lavoro tramite questo canale**. Solo l'11% ha risposto ad annunci di giornali, oppure ha svolto una ricerca porta a porta, mentre il 10% ha utilizzato internet, direttamente o ricorrendo, ma molto meno, ai Centri per l'impiego (CPI). Chi ha inviato il proprio CV tramite Internet, nove volte su dieci lo ha recapitato direttamente all'azienda presso cui intendeva lavorare e nessuno alle associazioni di categoria. Marginali i contatti delle scuole, il ricorso alle agenzie private, gli annunci sui giornali e la rete delle associazioni.

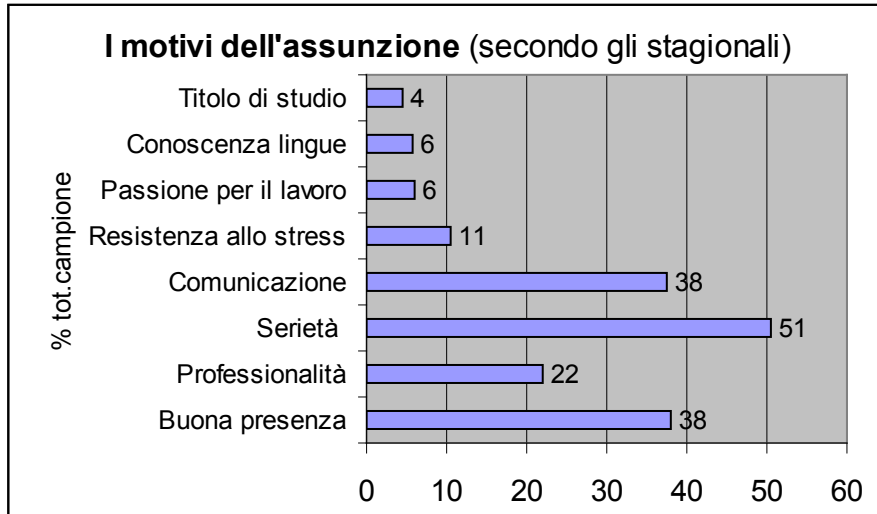


A meno di uno stagionale su tre, esattamente il 31%, **il datore di lavoro ha richiesto il CV** nel momento dell'assunzione. Nella maggioranza dei casi però (75% degli intervistati) l'avvio al lavoro è stato preceduto da un colloquio, spesso da una dimostrazione di competenza o da un periodo di prova di sette-quindici giorni (80% dei casi).

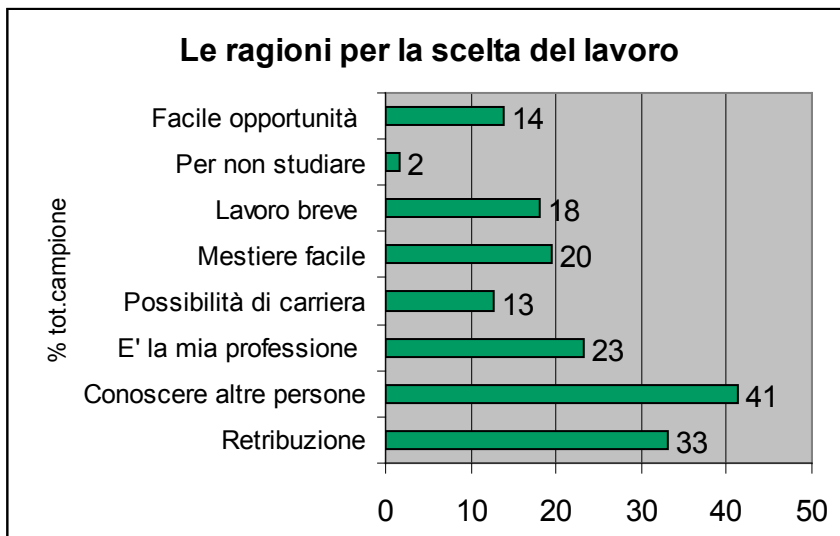
Tra i motivi che gli stagionali ritengono, quindi riflette una percezione individuale, **abbia avuto una influenza nella decisione dei datore di lavoro di assumerli** al primo posto c'è la "serietà", una qualità cioè morale, seguita a pari merito dalla facilità di comunicare e dalla buona presenza, una qualità questa volta estetica, **e solo al quarto posto la professionalità**, mentre scende all'ultimo il titolo di studio (il totale del grafico è superiore a cento perché erano possibili più risposte).

Cosa significa questo? Che l'impresa, in particolare la piccola impresa, cerca nel personale innanzitutto la fiducia, da cui la scelta di persone "serie", poi, trattandosi quasi sempre di lavori dove conta molto il rapporto con il pubblico, la comunicatività (di cui la cordialità, la simpatia e la bella presenza sono altrettanti ingredienti).

Questo messaggio così percepito dagli stagionali contiene però delle forti controindicazioni: che nel turismo, se non in tutti in molti lavori ad esso collegati, professionalità e formazione non siano requisiti importanti. Ora siccome, come si è visto sopra, nonostante questa percezione il livello medio della formazione degli stagionali aumenta, il rischio è che le persone non si sentano sufficientemente valorizzate, quindi passi il messaggio che investire in formazione serve a poco (ricordiamo che più della metà dei diplomati degli Istituti tecnici per il turismo della provincia di Rimini, occupati, hanno dichiarato di svolgere un lavoro che c'entra poco con gli studi realizzati).

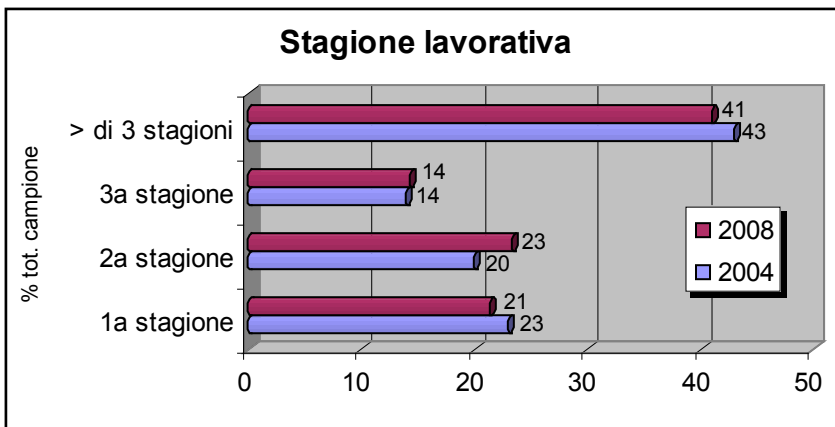


Sulle **ragioni che invece hanno maggiormente influito sulla decisione individuale di cercare ed accettare un lavoro stagionale nel turismo**, al primo posto troviamo la possibilità di fare conoscenza con altre persone (il 41% di tutto il campione), da cui risulterebbe non casuale il peso precedentemente attribuito alla comunicazione. Insomma, conta molto l'aspetto relazionale. Solo dopo viene il fattore economico (33%), ed a seguire l'esercizio della propria professione (23%). Sono però alte anche le motivazioni di chi sceglie di fare lo stagionale sostanzialmente perché è "facile" entrare. Una facilità che ha tanto il sapore di poca professionalità, in tanti ruoli evidentemente non richiesta (altrimenti non verrebbero assunti).



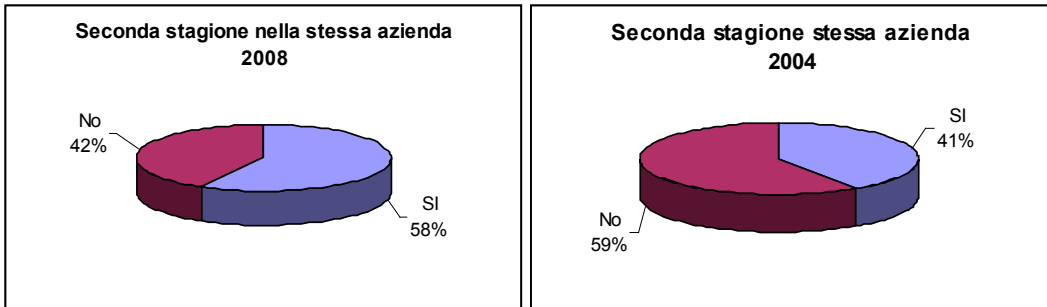
Il lavoro stagionale nel turismo può essere una opportunità unica e non ripetibile, ma può anche riproporsi con una certa regolarità. Così può capitare che **più di un quinto del campione sia alla sua seconda stagione, un sesto alla terza, e due su cinque siano alla quarta e anche oltre**. Insomma, con lavori stagionali si può andare avanti anche diversi anni.

La distribuzione degli addetti per stagione lavorata, come si vede dal confronto tra i due grafici, non è cambiata molto nel tempo. E siccome **i nuovi ingressi**, quelli cioè che sono alla loro prima stagione di lavoro, **non sono meno di un quinto degli occupati di ciascun anno, questo vuol dire che ogni estate inizia con uno stagionale nuovo su cinque**. Una mobilità certamente superiore a quella di molti altri settori. Che porterà energie fresche, ma probabilmente rappresenta anche un costo, oltre a perdere competenze che in qualche modo si sono formate sul campo.



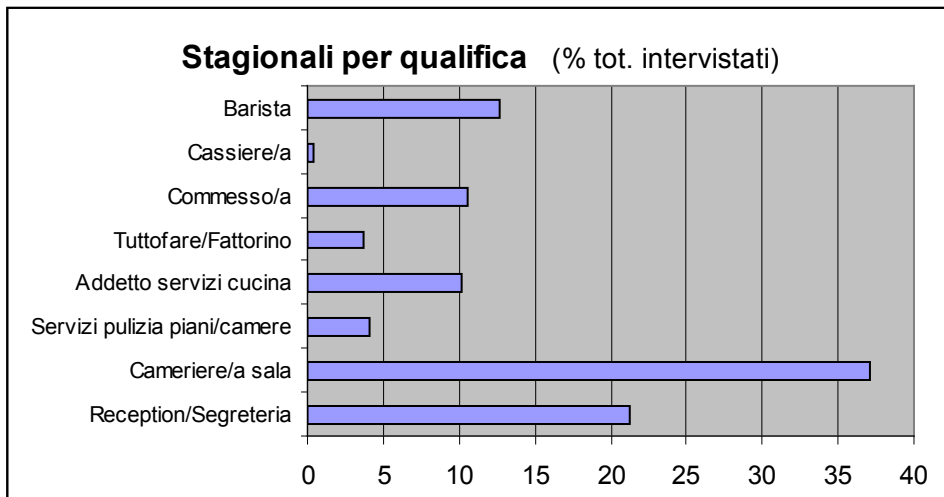
Preso il numero degli occupati che stanno lavorando da due o più stagioni, i quattro quinti hanno fatto esperienza, negli anni precedenti, sempre a Rimini, mentre il resto viene da altre località.

Lo stesso grado di fidelizzazione al territorio non si ritrova però nelle aziende, perché tra chi è almeno alla sua seconda stagione (il 79% di tutti gli stagionali), solo il 58% l'anno precedente aveva lavorato nello stesso esercizio. Quota, quella dei fedeli all'azienda, in aumento rispetto alla precedente inchiesta, ma che potrebbe crescere ancora, rimanendo comunque alta la mobilità intra aziendale. E anche questo è un costo per l'azienda (che deve cercare e selezionare nuovo personale), ma anche per il lavoratore (che deve ripetere, ogni anno, lo sforzo di cercarsi un nuovo lavoro).



In questo vortice di mobilità c'è poi un secondo aspetto da rilevare: ed è che **tra quanti nella precedente stagione hanno lavorato in un'altra azienda, il 24% ha dichiarato di provenire anche da un altro settore**, diverso da quello attuale (esempio: dall'hotel ad una attività di vendita, o viceversa, ecc.). Cosa significa? Che in molti casi, probabilmente per le figure meno professionalizzate (perché è difficile improvvisarsi cuoco), le barriere di accesso al lavoro sono molto basse, quindi è abbastanza facile entrare, da qualsiasi esperienza precedente.

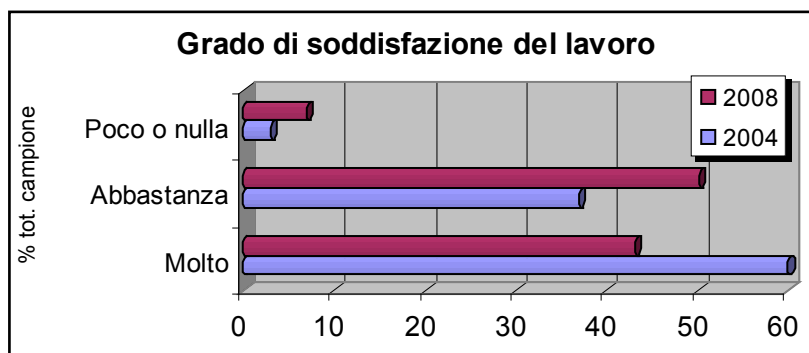
Ricordando che l'indagine volutamente ha escluso le professionalità più elevate, divisi per **mansioni**, gli stagionali occupati nella stagione estiva 2008 svolgono lavori di cameriere/a nel 37% dei casi, di segreteria nel 21%, barista 13%, commesso/a l'11% e addetto/a ai servizi di cucina per il 10%. Tuttofare, incaricati dei servizi di pulizia e cassieri/e coprono il resto.



Richiesto di esprimere una valutazione sul grado di **soddisfazione per il lavoro** che stavano svolgendo **il 93% ha risposto molto o abbastanza**, e solo il 7% ha manifestato espressamente la proprio delusione.

Il dato, sommando sempre le due risposte, è molto vicino a quanto dichiarato nell'indagine precedente, dove i molto o abbastanza soddisfatti erano il 97%. Cambia però la modulazione interna alla due risposte: i "molti" scendono di 17 punti percentuali, compensati da una crescita dei moderatamente "soddisfatti" che salgono di 13 punti, mentre raddoppiano gli insoddisfatti, che comunque restano una minoranza.

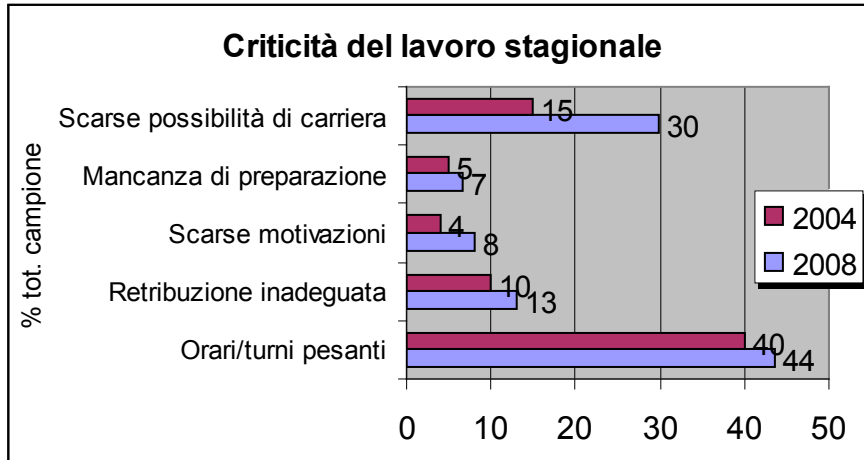
In sintesi, il lavoro stagionale non dispiace, ma negli anni la lancetta della soddisfazione si è spostata più verso la sufficienza (abbastanza), a scapito del gruppo degli entusiasti (molto).



Tra gli elementi **di gradimento del lavoro un ruolo importante lo gioca la parte economica, di cui si dichiara soddisfatto l'85%**. Nel 2004 la retribuzione veniva ritenuta buona o comunque sufficiente dal 95% degli intervistati. Sono aumentati quindi di dieci punti, pur restando sempre minoranza, gli insoddisfatti economici (ricordiamo che, prima dell'estate, fu un intervento del direttore dell'Associazione degli albergatori di Riccione a consigliare gli associati a gratificare e valorizzare di più di dipendenti).

Ma il fatto che si registri un alto gradimento al lavoro stagionale non vuol dire che non esistano aree di riserva, che cioè piacciono meno. Tra **le maggiori criticità ci sono gli orari pesanti** (sottolineato dal 44% dei lavoratori), le scarse opportunità di carriera (questo è un tratto tipico delle micro-imprese dove i pochi ruoli di direzione sono esercitati dalla proprietà) e le retribuzioni giudicate inadeguate (infatti la percentuale del 13% è molto vicina agli economicamente insoddisfatti della risposta precedente). Le altre critiche (preparazione e motivazioni scarse) interessano un lavoratore su sei.

Negli anni è rimasta quasi invariata la critica alla pesantezza degli orari, invece è raddoppiata quella riguardante le scarse prospettive di carriera. Probabilmente questo si deve alle attese, poi deluse sul campo, che un migliorata formazione (che c'è stata) inevitabilmente genera. E' un aspetto che andrebbe considerato meglio, onde evitare dannosi cortocircuiti.

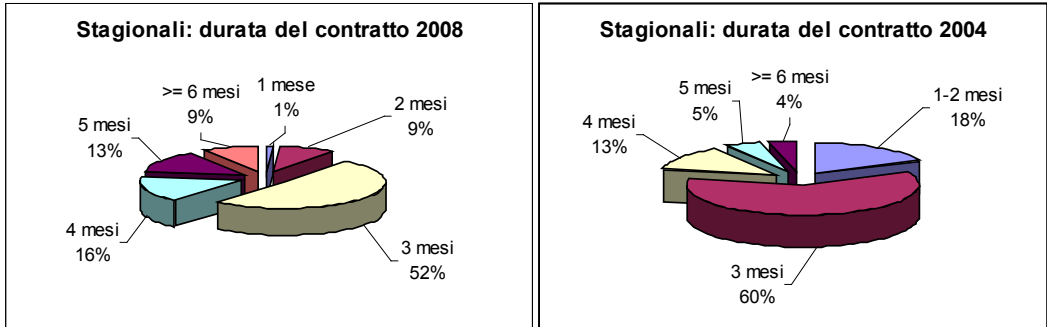


Escluso il 6% di collaboratori familiari, che probabilmente hanno una posizione autonoma, il 56% degli stagionali viene assunto con un **contratto di lavoro** dipendente, seguito da un 29% che, sempre alle dipendenze, lavora con la qualifica di apprendista. Tutte le altre forme contrattuali hanno una presenza limitata: collaboratore occasionale a progetto 5% e con contratto interinale l'1%. Tutti i contratti sono temporanei e solo il 3% ha un rapporto di lavoro a tempo indeterminato (notare che più della metà degli intervistati ha dichiarato di lavorare in esercizi ad apertura annuale).

Più della metà lavora per almeno tre mesi, mentre un terzo abbondante (38%) prolunga il suo rapporto fino a quattro, ed anche cinque e sei mesi. Sono invece pochi a lavorare solo un mese.

Se però si fa il **confronto con la durata dei rapporti di lavoro nel 2004**, si può evidenziare che mentre si assiste ad un calo dei rapporti di breve durata, uno-due mesi (dal 18 al 10%), al contrario c'è un aumento di quelli che si prolungano per oltre tre mesi, che dal 22% salgono al 38%.

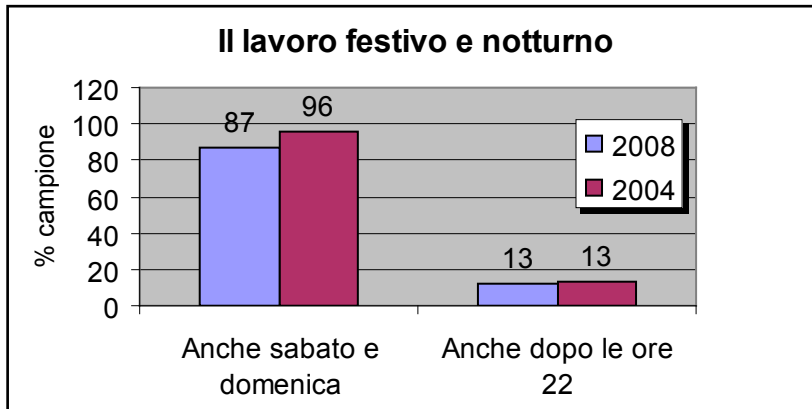
Siccome non è la stagione balneare ad essersi allungata, l'estensione del periodo lavorativo di tante persone potrebbe essere il risultato della destagionalizzazione che funziona, cioè delle attività fieristico-congressuali che portano clienti anche fuori la stagione strettamente balneare (testimoniato anche dal crescente numero di hotel che rimangono aperti tutto l'anno). A soccorso di questa ipotesi viene il dato delle presenze fuori stagione (ottobre-aprile) in provincia di Rimini, che sono aumentate dal 12,9 al 14,4% del totale tra il 2004 e il 2007.



Per tre lavoratori stagionali su quattro **la giornata lavorativa** è a tempo pieno, e per il quarto restante a mezzo tempo. Praticamente la stessa divisione della precedente rilevazione. Quindi su questo fronte il tempo non ha prodotto cambiamenti di rilievo.

Il lavoro festivo, anche se diminuito di quasi dieci punti percentuali, rimane ancora una delle caratteristiche del lavoro stagionale delle Riviera, che tuttora continua ad interessare quasi nove occupati su dieci. La catena estiva di produzione del turismo, seppure di breve durata, è a ciclo continuo e non può concedere soste (ma questo, seppure criticato, non sembra inficiare il grado di soddisfazione per il lavoro).

Non si è invece mosso il **lavoro notturno**, quello cioè prestato dopo le dieci di sera, che continua a coinvolgere solo il 13% degli stagionali.



Dato l'impegno lavorativo richiesto il 76% dichiara di usufruire di **pasti gratuiti in azienda**. Nel 2004 era l'81%. Quindi c'è stato un leggero calo, ma la percentuale rimane comunque alta.

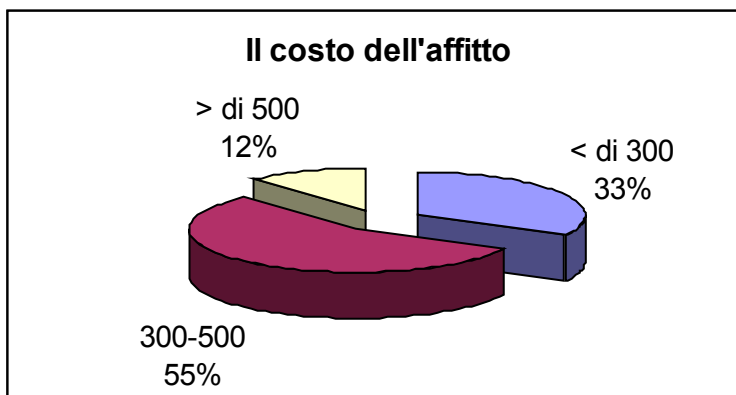
Stagionalità e abitazione

Dove abiteranno i lavoratori stagionali che non risiedono (il 43% del totale), quindi difficilmente avranno una abitazione di proprietà, in provincia di Rimini? E' molto probabile che rientrano tra il 20% che riceve l'alloggio direttamente dall'azienda in cui lavora (era il 23% nel 2004), oppure che paga l'affitto, da solo (il 9%) o condividendolo con altri (il 16%). Infatti, facendo la somma, e scontando che a pagare l'affitto possa esserci anche qualche locale, si arriva grosso modo alla percentuale degli stagionali non residenti.

Gli stagionali sono così un buon mercato per l'affitto. Infatti, considerando che gli avviati al lavoro non residenti sono circa trenta mila, nell'ipotesi minimale che almeno due terzi finisca nel turismo balneare, sottraendo un quarto circa che trova alloggio direttamente nell'impresa, i restanti 14-15 mila stagionali producono una domanda aggiuntiva di 6-7 mila stanze (due persone per stanza), che rappresenta un discreto mercato stagionale dell'affitto, valutabile, prendendo un affitto medio di 400 euro, in circa 5,6 milioni di euro. Insomma una buona rendita.

Saranno invece certamente del posto, cioè residenti, il 51% che dichiara di vivere in una abitazione di proprietà. Ma considerando l'età è più probabile che la proprietà sia dei genitori.

Gli affitti non sono bassi per nessuno, e nemmeno per gli stagionali che vengono da fuori. Un terzo di quelli che si trovano nella necessità di doverlo pagare spende meno di 300 euro al mese, ma per tutti gli altri le cifre sono più elevate. Somme che devono essere tolte dal reddito percepito e che finiscono per penalizzare lo stagionale per lavorare ha dovuto fare più strada.

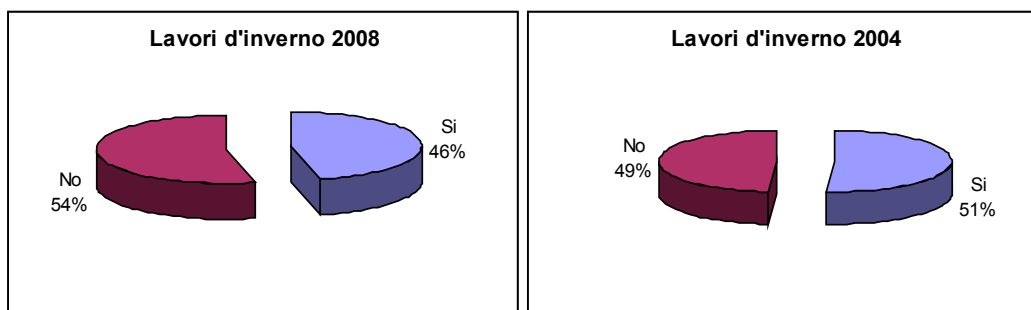


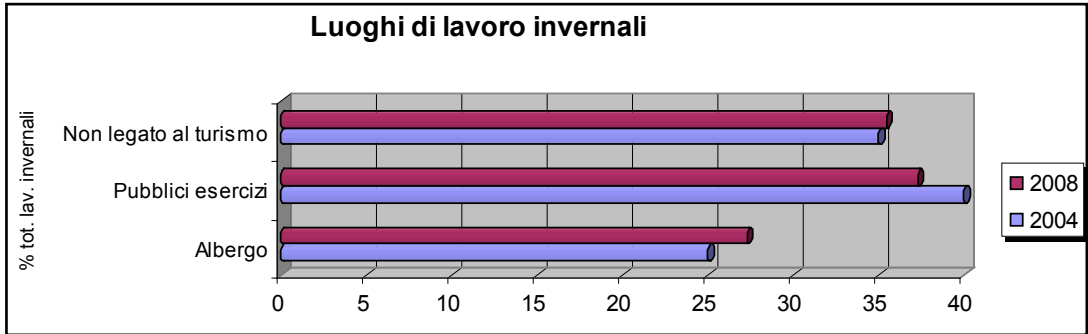
L'inverno degli stagionali

Si può fare la stagione estiva e d'inverno studiare, magari non **fare niente, oppure svolgere un'altra attività. Quest'ultima possibilità, cioè fare un altro lavoro, è la condizione del 46% degli stagionali intervistati.** Un po' meno dell'edizione precedente, ma comunque un numero significativo, che sfiora la metà. Tra quanti, dopo aver fatto la stagione, d'inverno si dedicano ad un altro lavoro, il 60% lo svolge in provincia di Rimini, probabilmente i residenti, mentre il 40% si sposta in altre località. In primo luogo nelle località montane, poi in una lunga lista di città fuori regione (Bari, Milano, Treviso, Roma, Taranto, ecc.), sicuramente quelle di provenienza di tanti stagionali non residenti.

Escluso, salvo eccezioni, che il girovagare stagionale possa essere una libera scelta, verrebbe da dire che forse queste modalità di lavoro, per molti, sono le uniche opportunità.

Ma è importante vedere anche, **chi lavora d'inverno**, in quale ramo o settore trova occupazione: il 27% in un albergo, il 37% in un pubblico esercizio (ristorante, bar, ecc.), mentre **il 35% in attività completamente diverse dal turismo.** Certo questo dimostra molta versatilità da parte del lavoratore, ma è anche lo specchio di quanto siano deboli un numero non marginale di professionalità domandate dal turismo (se d'inverno si può fare altro). Una situazione che gli anni non sembrano avere modificato, perché la percentuale è esattamente la stessa di quattro anni fa.





Tra **gli stagionali che invece d'inverno non svolgono alcuna attività (54%)**, **più della metà sono studenti (64%)**, **circa un quinto si dichiara disoccupato (22%)**, poi ci sono le casalinghe (8%) ed infine le persone che si dedicano a lavori di cura (assistenza familiari, figli, ecc.) (2%).

Studenti e disoccupati d'inverno sono rimasti, in percentuale, gli stessi della precedente indagine.

Indicatore di una situazione stabile, quasi consolidata.

CAPITOLO 2

LA FORMAZIONE PRESENTE E FUTURA

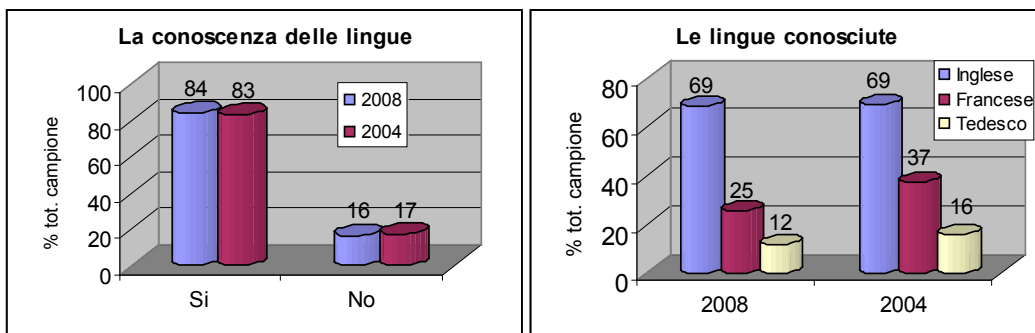
Le lingue e il computer

Per lavorare nel turismo, con una importante componente straniera, la conoscenza delle lingue può risultare un requisito fondamentale. Ed a questa necessità sembrano rispondere positivamente i nostri stagionali che, quasi stabilmente, dichiarano in grande maggioranza, **più di quattro su cinque, di conoscere almeno una lingua** (si tenga presente che per gli stranieri è stata considerata anche la lingua madre).

Com'era prevedibile la lingua più conosciuta è l'inglese (il 69%), poi c'è il francese (25%), il tedesco (12%), lo spagnolo e il rumeno (entrambi con l'8%), l'albanese (4%), il russo (2%) ed infine il cinese, il polacco e l'ungherese (1%). Il totale da più di cento, perché diversi conoscono più lingue.

Se la conoscenza dichiarata dell'inglese rimane stabile, è la stessa percentuale di quattro anni prima, perdono invece quota il tedesco e il francese.

Poi però si scopre anche che tra la dichiarazione di conoscenza di una lingua e quella effettiva non sempre c'è corrispondenza. Infatti il 13% di chi pure aveva detto di conoscerla non saprebbe sostenere una conversazione, mentre non sarebbe in grado di scrivere correttamente una lettera il 32%. Insomma, ci sarebbe ancora da studiare, ma soprattutto praticare.



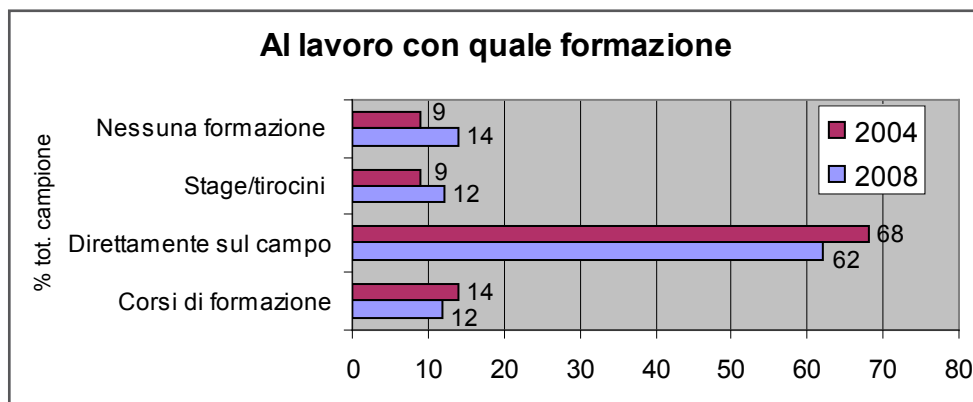
Il computer, altro mezzo divenuto oramai indispensabile, rispondono di saperlo usare l'84% degli intervistati. Tra i programmi più conosciuti al primo posto c'è word (69%), excel (52%), internet (40%) e una percentuale molto più piccola power point (8%) e gestionali per hotel (4%).

La formazione al lavoro

Se la conoscenza delle lingue e del computer può essere considerata, in particolare tra i giovani, una formazione di base trasversale, utile per tutti i lavori, il discorso cambia quando si entra nello specifico di un settore e di una posizione lavorativa da ricoprire. Ci vuole qualcosa di più, un saper fare e una competenza che si consegue solo con percorsi formativi specifici.

Percorsi formativi che la maggioranza degli stagionali non ha compiuto, nel passato e nemmeno nel presente, se **più dei due terzi apprende i rudimenti del mestiere direttamente sul campo**, mentre meno di un quarto ha frequentato corsi e partecipato a tirocini.

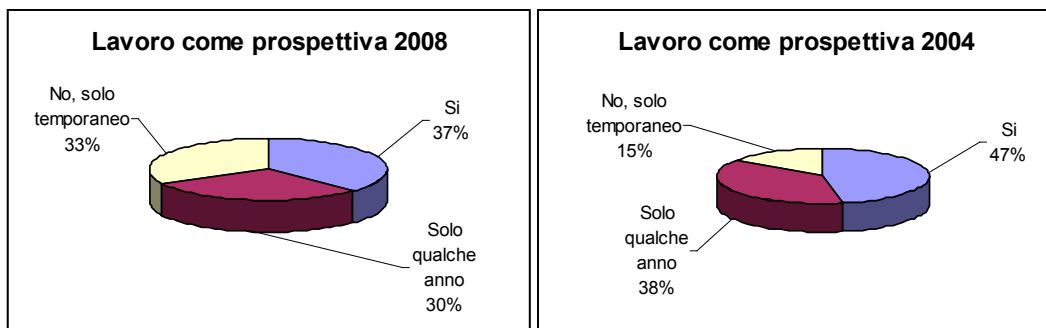
In pratica siamo al paradosso di diplomati in scuole turistiche che non vengono utilizzati per quello che hanno appreso, e stagionali che svolgono lavori senza avere un minimo di formazione alle spalle. La ragione di questo disincontro meriterebbe un approfondimento, che però esula dalle possibilità di questa indagine.



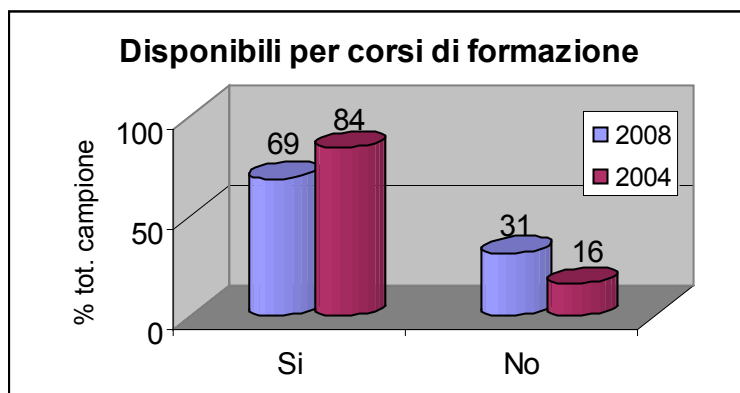
Gli stagionali sembrano comunque reagire con molto spirito di iniziativa a questa mancanza, come dimostra il **77% che dichiara di aver provveduto in proprio alla propria formazione, mentre solo il 10% risponde che l'iniziativa è partita dal datore di lavoro**, dalla scuola (8%) o dalla pressione dei genitori (4%). Sono percentuali pressoché simili a quelle della precedente inchiesta, ancora una volta a dimostrazione di una pratica consolidata, ancorché al di sotto delle necessità.

Ma l'investimento in formazione non può essere disgiunto dalle prospettive lavorative a cui ciascuno pensa. In altri termini, nessuno investe tempo e denaro in qualcosa che non rientra nei suoi orizzonti futuri. E la verità è che **solo il 37% degli stagionali considera il lavoro che sta svolgendo un'occupazione su cui costruire il proprio futuro**. Al contrario, **la stragrande maggioranza lo considera solo un lavoro di passaggio**, temporaneo, anche se può durare qualche anno, quindi non meritevole di troppo impegno formativo.

Questa situazione, se è possibile, è peggiorata negli ultimi anni, visto il 10% in meno (dal 47 al 37%) di chi intravede come prospettiva per il suo futuro, e il raddoppio del consumo temporaneo del lavoro estivo.

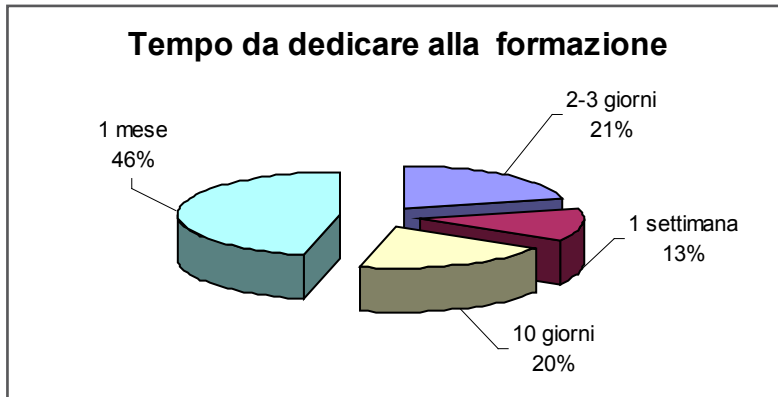


Ciononostante, anche se in calo, **più dei due terzi degli stagionali dichiara la propria disponibilità a seguire percorsi formativi nell'area lavorativa di interesse.** Nel mentre raddoppia la quota degli indisponibili.



Chi si è detto interessato a partecipare ad un percorso formativo (il 69%), l'ipotetico corso lo vorrebbe subito prima della stagione il 17%, subito dopo il 27% e in altro periodo, quindi non a ridosso dell'estate, il rimanente 56%. Questa preferenza maggioritaria per una formazione fatta lontano dalla stagione emergeva anche nella precedente indagine. L'offerta formativa da mettere in campo deve quindi tenere conto delle diverse disponibilità di usufruzione.

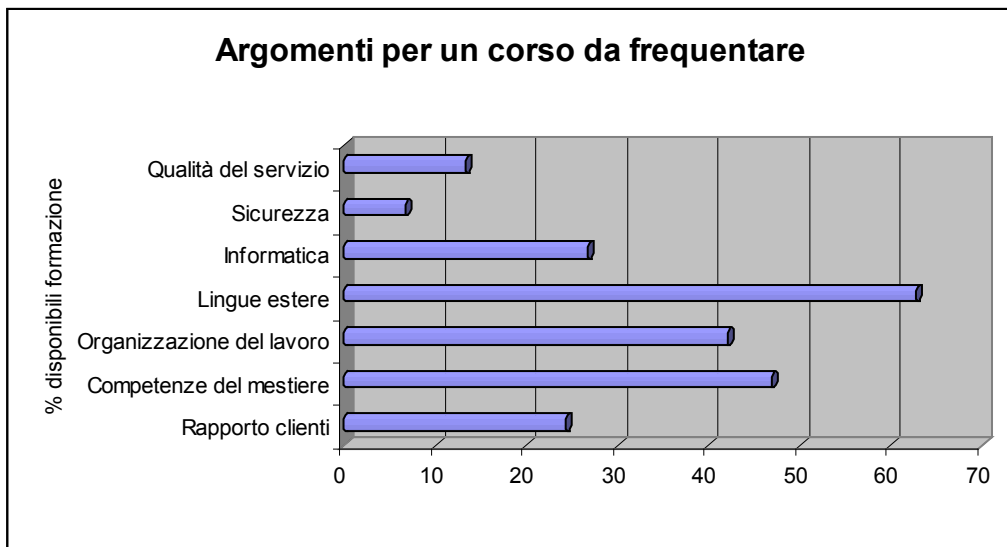
Periodo ma anche **durata della formazione**, con una maggioranza relativa (46%) che sarebbe disponibile a dedicare anche un mese ad una iniziativa di formazione. Nelle versioni più brevi, con un quinto di adesioni ciascuno, una parte è per corsi brevi di 2-3 giorni, un'altra è disponibile ad impegnarsi anche per 10 giorni. In mezzo il 13%, che accetterebbe un periodo formativo fino ad un massimo di una settimana.



Disponibili a percorsi di **formazione anche a pagamento** il 9%, dipendendo dal costo il 45%, invece lo esclude categoricamente il rimanente 46%.

Nel 2004 erano disposti a pagarsi la formazione il 15% degli intervistati, oggi quindi sono scesi, mentre la disponibilità con riserva, secondo il costo, è rimasta la stessa.

Gli stagionali che hanno segnalato la loro disponibilità a frequentare un'attività formativa (il 69%), la maggioranza preferirebbe partecipare ad un corso di lingue (quindi molto di più di quanti hanno risposto di non saper conversare o scrivere una lettera, il che lascia supporre che una fetta degli altri manifesti qualche incertezza), un po' meno della metà nel proprio campo specifico, poi in capacità di organizzare il lavoro, informatica, rapporti con i clienti, qualità dei servizi e per ultimo sulla sicurezza. La graduatoria dei primi tre argomenti non è cambiata rispetto alla precedente rilevazione.



Pur lavorando part-time, solo uno su cinque di quanti si trovano in questa condizione lavorativa (il 25% degli stagionali) è disponibile a frequentare corsi di formazione durante l'estate. All'incirca è la stessa percentuale degli anni addietro.

Formazione e stagionali extra provinciali

Come si ricorderà, gli stagionali provenienti da fuori Rimini, spesso anche da molto lontano, sono il 43% del totale. La loro formazione, non risiedendo sul posto, è quindi completamente affidata alle opportunità dei paesi d'origine, che comunque non vivono il "clima" del turismo balneare di massa che caratterizza la Riviera.

Data la situazione, per una eventuale formazione, magari solo ad integrazione di quella ricevuta, non restano che due possibilità:

- a) farli venire un po' prima dell'inizio del lavoro;
- b) oppure, in alternativa, ricorrere alla formazione on line, via internet (per chi evidentemente ha dimestichezza con questo strumento).

La prima possibilità riceve l'adesione esplicita del 26% degli stagionali non residenti, ed un sì con riserva, con la condizione cioè che non costi niente, di un ulteriore 39%. Questo vuol dire che creando una offerta adeguata sarebbero disponibili ad un percorso formativo due stagionali di fuori provincia su tre. Non ne vuole invece sapere niente il restante 35%.

Anche la seconda possibilità, i corsi on line, ottiene il consenso del 36% degli stagionali non residenti. Potrebbe essere un buon punto di partenza per l'attivazione della formazione a distanza.

Ma come individuare il nome e cognome, perché i nostri questionari sono anonimi, degli stagionali potenziali alunni di corsi da organizzare in loco oppure on line? Le adesioni andrebbero raccolte durante la stagione, con la collaborazione delle aziende, per poi contattarli l'inverno successivo.

Un lavoro che richiede una programmazione di medio periodo.

CAPITOLO 3

STAGIONALI, AMBIENTE E SOSTENIBILITÀ

Fare un turismo sostenibile, cioè attento all'uso delle risorse e agli impatti ambientali, è stato questo il tema della prima Conferenza internazionale sull'argomento, tenuta a Rimini nel 2001, e di cui si celebrerà la seconda edizione a fine novembre 2008. In questi sette anni diverse iniziative sono state prese per dare un seguito concreto agli impegni presi in sede di Conferenza.

Il marchio "alberghi ecologici"

Ci sono vari modi per attivare nella propria azienda buone pratiche ambientali. Farlo senza dire niente. Seguire delle norme, stabilite dall'Europa oppure dall'Organizzazione internazionale degli standard (ISO), è il caso della certificazione EMAS o Ecolabel per la prima, oppure delle ISO 14001 per la seconda, e chiamare un Ente certificatore per farselo riconoscere (certificare, appunto). In questo caso si potrà fare uso del rispettivo marchio.

Ma tra gli esercizi della Riviera non c'è nessun hotel o altra impresa turistica certificata ISO 14001, e ci sono solo tre alberghi, su oltre duemila, che hanno conseguito il riconoscimento Ecolabel. L'uso del marchio, magari non da solo, consente di comunicare quello che nella struttura si sta facendo per rispettare l'ambiente, e se ben impiegato può costituire un vantaggio competitivo da spendere sul mercato.

A fianco dei citati marchi a valenza sopranazionale, Legambiente Turismo ha elaborato, per l'Italia, un catalogo di requisiti e buone pratiche aderendo alle quali si ha diritto a ricevere, quindi fregiarsi, del marchio di "Albergo ecologico" (o bagnino ecologico, ecc.).

In provincia di Rimini, nel 2007, avevano aderito a questa iniziativa 74 hotel e 1 struttura extra-alberghiera. Quando si parla quindi di alberghi ecologici, è prevalentemente a loro che si fa riferimento.

Così in questa edizione della ricerca, con l'intenzione di verificare, per la prima volta, non tanto la riduzione degli impatti ambientali, implicita nell'iniziativa ma da misurare in altra sede, bensì le sue ricadute sulla presa di coscienza del personale e sull'eventuale miglioramento della qualità del lavoro, l'indagine è stata estesa a tutte le strutture alberghiere che hanno ricevuto questo riconoscimento.

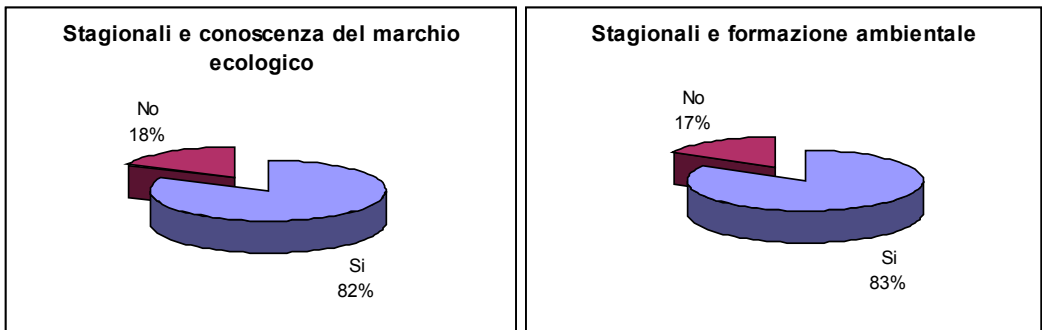
Richiesto quindi, al dipendente stagionale intervistato, di dire se l'albergo in cui lavora aveva un qualche tipo di certificazione ambientale, il 31% ha risposto affermativamente.

L'albergo ecologico e l'idea del "turismo sostenibile"

Gli stagionali occupati in alberghi ecologici sono stati 66 (il 27% del totale), ma non tutti erano informati del riconoscimento, tanto che il 18% ha dichiarato di non sapere niente.

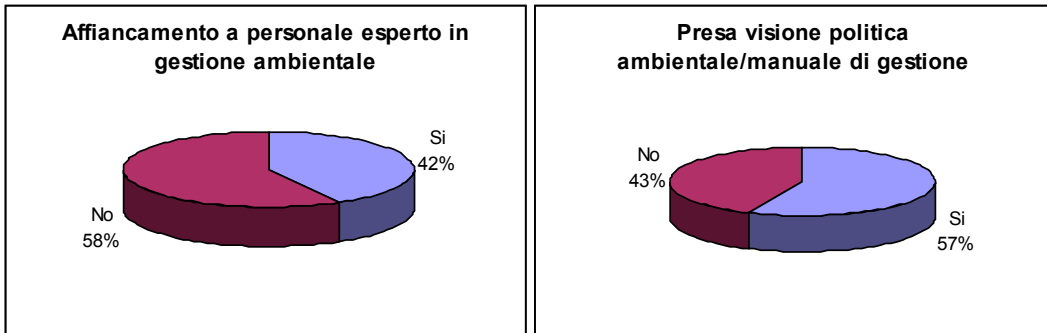
Infatti è la stessa percentuale di chi, oltre a non aver ricevuto nessuna informazione, non è nemmeno stato formato ad applicare le procedure previste o le buone pratiche raccomandate (come risparmiare acqua, fare la raccolta differenziata, ecc.).

E' vero però, e questo è il lato positivo, che i quattro quinti erano a conoscenza e sono stati formati alla gestione del sistema ambientale che l'impresa ha attivato. Quindi da questo punto di vista, che per quasi tutti i riconoscimenti ambientali è anche un requisito, le ricadute sulle persone che lavorano ci sono state.



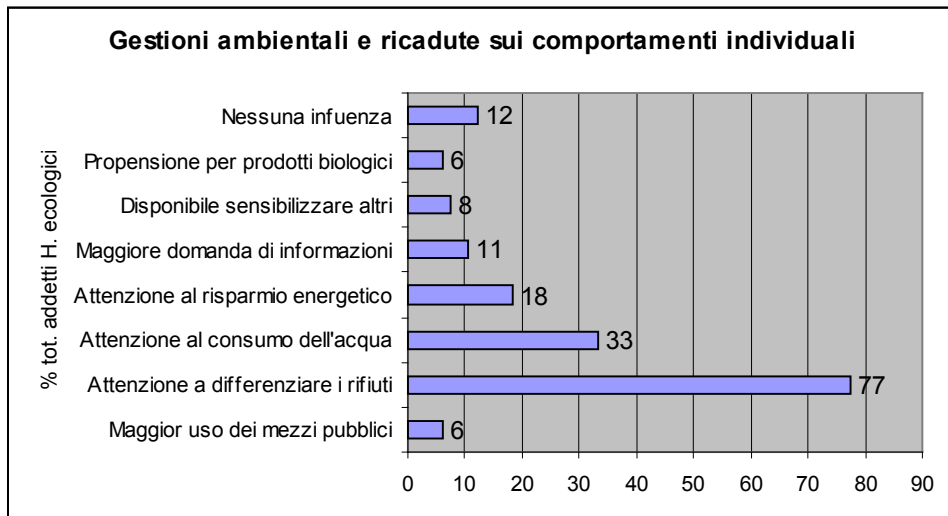
Gli stagionali che sono stati informati e formati sul sistema di gestione ambientale dell'hotel, il 42% ha potuto usufruire di un periodo iniziale di affiancamento ad una persona esperta.

In merito invece alla presa visione della politica ambientale della struttura (che di norma deve essere scritta e comunicata agli ospiti, oltre al personale che deve applicarla) la maggioranza (57%) dichiara di averne presa visione, ma una parte non secondaria (43%) non ha avuto modo di conoscerla, e questo apre molte riserve sulla formazione che l'83% ha dichiarato di avere ricevuto, costituendo tale documentazione la base in questa materia.

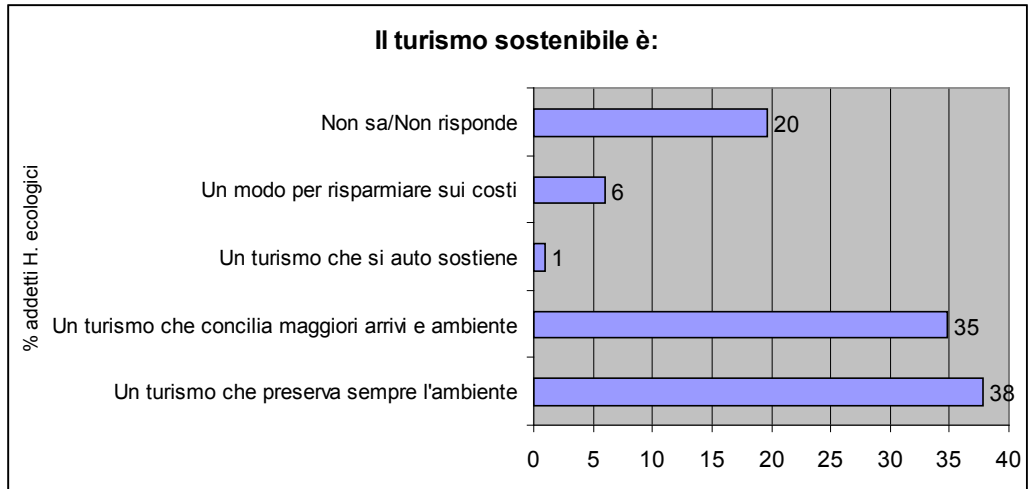


Se con il marchio ecologico è l'ambiente che ci guadagna, nondimeno può essere un fattore di miglioramento della qualità lavoro, come ha dichiarato il 57% degli stagionali impiegati negli hotel ecologici. Però sicuramente si può fare di più, considerando che resta un 43% che al contrario non ha notato cambiamenti da segnalare.

Un luogo di lavoro attento all'ambiente e dotato di un sistema di gestione che lo mette in pratica può favorire il cambiamento dei comportamenti individuali dei collaboratori? Qualcosa sicuramente accade, visto le dichiarazioni degli addetti coinvolti, con il 77% che presta maggiore attenzione alla raccolta differenziata, il 33% al consumo dell'acqua e il 18% a quello energetico. Più limitata è invece l'influenza su altre questioni, come l'acquisto di prodotti ecologici o l'uso dei mezzi pubblici.



Per finire l'interpretazione che gli stagionali attivi negli hotel ecologici danno del concetto di "turismo sostenibile": conciliare il flusso dei visitatori e l'ambiente è la definizione in cui si ritrova una vasta maggioranza (73%). Un 20% invece non sa o non risponde. Allora anche questi concetti dovrebbero costituire materia di formazione, in una struttura ecologica. Un compito per gli alberghi interessati.



Considerazioni finali

Il turismo è cambiato e sta cambiando. I turisti, che domandano più natura, cultura e benessere, sono diventati più selettivi e danno più valore al loro tempo e denaro. Per attrarli, la risposta non può che essere un innalzamento degli standard di qualità e una applicazione coerente dei principi di sostenibilità, intesa come attenzione alle risorse del territorio, in altre parole alla sua capacità di carico.

Rimini, come è stato scritto, è tra i primi posti in Europa per intensità delle presenze e densità dei posti letto. In tutti questi anni ha *grosso modo* mantenuto le presenze, ma la componente estera è scesa di sedici punti percentuali e il saldo della bilancia dei pagamenti turistica provinciale si è più che dimezzato dopo il duemila.

Non favorisce l'innovazione e la competitività, che richiedono investimenti, il permanere di una situazione anomala che vede oltre la metà degli alberghi e i quattro quinti dei negozi gestiti in affitto, una quota doppia della media regionale e nazionale.

Passi in avanti, in ogni caso, sono stati compiuti e si continuano a fare, come testimonia il rinnovamento di tante strutture ricettive. La prossima apertura di nuovi spazi congressuali e lo sviluppo del segmento benessere dovrebbero rafforzare questa tendenza, anche se è sempre il turismo balneare, quindi stagionale, a fare la parte del leone.

La domanda di lavoro probabilmente non è mutata nel tempo, ma è migliorato il livello medio di scolarizzazione e formazione del personale stagionale, pur restando quella collegata a specifici saperi turistici appannaggio di una minoranza. Questo nonostante lo stagionale abbia la percezione che il titolo di studio sia quello che alla fine conta meno per l'assunzione. Un fatto che certo non può incoraggiare la ricerca di una migliore qualificazione.

Il lavoro stagionale viene apprezzato da una larghissima maggioranza di lavoratori, ma solo un terzo, meno di qualche anno fa, ci intravede un futuro. Un po' paradossalmente si può dire che forse piace perché dura poco. Il ricambio del personale è continuo, con costi per entrambi le parti, impresa e lavoratore. Le barriere di ingresso, a parte ovviamente per figure di alta professionalità, sono piuttosto basse ed è facile entrare, anche venendo da esperienze lavorative completamente diverse.

Se a questo si aggiunge che una buona parte degli stagionali non sono residenti, ma vengono da altre province e sempre più dall'estero, ci si rende subito conto che per aumentare il livello di qualità dei servizi un percorso di formazione professionale, che deve però essere sostenuto e riconosciuto dall'azienda, è molto importante.

Ed è interessante a questo proposito constatare che più di due terzi degli intervistati, quindi anche una parte di chi lo ha scartato come lavoro per il suo futuro, sono comunque disponibili a prendere in considerazione un percorso formativo, se organizzato con le modalità e nei tempi dovuti. Soprattutto per gli stagionali che

vengono da altre province e dall'estero. Perché è un fatto positivo se poco meno di una metà sarebbero anche disposti a spendere qualcosa.

Ma per una efficace "campagna" di formazione si richiedono tre condizioni:

- a. la collaborazione delle imprese, già durante la stagione estiva, per raccogliere le adesioni alle proposte formative disponibili o da offrire;
- b. la possibilità di una programmazione di medio termine, che vuol dire rivedere i meccanismi (annuali) dei finanziamenti pubblici;
- c. la realizzazione di pacchetti formativi on line, utilizzabili a distanza, per chi viene da fuori, ma anche per i residenti.

Flessibilità quindi, anche per la formazione, per meglio rispondere alla domanda degli stagionali.

ALLEGATO STATISTICO

TABELLE DEL CAPITOLO 1

Luoghi di lavoro degli stagionali intervistati		
Luoghi	n° intervistati	%
Bellaria-Igea M.	8	3
Torre Perdera	10	4
Viserbella	8	3
Viserba	13	6
Rivabella	6	3
San Giuliano M.	67	29
Marina Centro	14	6
Bellariva	4	2
Marebello	19	8
Rivazzurra	2	1
Miramare	9	4
Marano	14	6
Riccine Alba	42	18
Riccione Centro	3	1
Riccione Abissinia	5	2
Cattolica	8	3
Totale risposte	232	100
Non specificato	13	
Totale interviste	245	

Stagionali per albergo		
Stelle	n° intervistati	%
*	1	1
**	46	25
***	111	61
****	25	14
Totale	183	100

Stagionali per apertura dell'albergo		
Apertura	n°	%
Annuale	103	64
Stagionale	57	36
Totale	160	100

NB: le percentuali, salvo diversa indicazione, non considerano le mancate risposte.

Stagionali per n° di camere degli alberghi		
n° camere	n° intervistati	%
< di 15	1	1
15-30	32	18
> di 30	142	81
Totale	175	100

Stagionali occupati in attività commerciali			
Negozi	N°	%	% su tot. intervistati
Stagionale	18	69	7
Annuale	8	31	3
Totale	26	100	11

Stagionali per tipologia di negozio		
Tipologia	n° int.	%
Bigiotteria	1	4
Abbigliamento	10	38
Tabaccheria	4	15
Calzature	6	23
Oreficeria	1	4
Profumeria	2	8
Art. spiaggia	1	4
Ricami	1	4
Totale	26	100

Stagionali intervistati occupati in Pubblici esercizi			
Tipologia	n° intervistati	%	% su tot. intervistati
Bar	9	26	4
Gelateria	2	6	1
Ristorante	13	38	5
Chiosco spiaggia	10	29	4
Totale	34	100	14

Stagionali per periodo di apertura del Pubblico esercizio			
Periodo	n°	%	
Stagionale	25	74	
Annuale	9	26	
Totale	34	100	

Stagionali per classi d'età			
Classi	n° int.	%	
16-19	60	24	
20-25	105	43	
26-30	69	28	
> 30	11	4	
Totale	245	100	

Stagionali per genere			
Genere	n° int.	%	
Maschio	95	40	
Femmina	145	60	
Totale	240	100	

Stagionali femmine per provincia di residenza			
% sul totale di genere			
Provincia	2004	2008	n° inter.
Rimini	55	57	82
Altre Province	45	43	63
Totale	100	100	145

Stagionali per provincia di residenza		
Provincia	n° inter.	%
Rimini	134	57
Altre province*	101	43
Totale	235	100

* Compreso le province straniere

Stagionali di altri Paesi		
Nazionalità	n° int.	%
Albanese	13	26
Ucraina	3	6
Moldava	2	4
Rumena	21	42
Ecuadoreña	2	4
Polacca	2	4
Cinese	2	4
Turca	1	2
Inglese	1	2
Ungherese	1	2
Bosniaca	1	2
Marocchina	1	2
Totale	50	100

Stagionali di Altre province italiane		
Provincia	n° interv.	%
Cosenza	2	3
Bari	13	16
Brindisi	3	4
Napoli	4	5
Avellino	4	5
Caltanissetta	1	1
Bologna	1	1
Pesaro	6	8
Venezia	1	1
Milano	2	3
Trento	1	1
Treviso	1	1
Trapani	1	1
Palermo	2	3
Salerno	2	3
Taranto	3	4
Forlì-Cesena	3	4
Caserta	2	3
Firenze	1	1
Roma	1	1
Ravenna	1	1
Perugia	1	1
Verona	1	1
Teramo	1	1
Potenza	3	4
Lecce	2	3
Arezzo	1	1
Modena	1	1
Ascoli Piceno	1	1
Torino	1	1
Benevento	1	1
Pescara	2	3
Matera	1	1
Parma	1	1
Foggia	2	3
Cagliari	3	4
San Marino	2	3
Totale	79	100

Stagionali per stato civile		
Stato	n° int.	%
Nubile/celibe	217	90
Coniugate/i	25	10
Totale	242	100

Stagionali per titolo di studio		
Titolo	n° int.	%
Elementare	1	0
Media	52	21
Liceo	52	21
Ist. Tecnici e Prof. per turismo	58	24
Altri Ist. Tecnici	60	24
Laurea	22	9
Totale	245	100

Specializzazione dei diplomati negli Istituti Tec. e Prof. turistici		
Specializzazione	n° int.	%
Sala bar	8	24
Segreteria	1	3
Ristorazione	2	6
Cucina	12	36
Ricevimento	4	12
Agenzia viaggio	1	3
Operatore turistico	2	6
Cameriera	2	6
Lingue	1	3
Totale	33	100

Stagionali con laurea		
Laurea	n° int.	%
Giurisprudenza	2	10
Economia del turismo	8	38
Medicina	1	5
Lingue	4	19
Scienze dell'educazione	1	5
Ingegneria meccanica	1	5
Economia	2	10
Lettere	1	5
Ingegneria biomedicale	1	5
Totale	21	100

Modalità di ricerca del lavoro		
Modalità	n° risposte	%
Ricerca porta a porta	28	11
Pubblicando annunci su giornali	6	2
Rispondendo annuncio su giornale	26	11
Con contatti della scuola	8	3
Per segnalazione di terzi (amici, ecc.)	106	43
Tramite i genitori	35	14
Inviando il CV via Internet	18	7
Autocandidatura, via Internet, ai CPI	7	3
Tramite Agenza privata (interinale)	10	4
Tramite Associazioni (religiose, no profit..)	1	0
Totale	245	100

Invio del CV direttamente via Internet		
n° intervistati	n° risposte	%
Direttamente all'azienda	16	89
Alle Ass. di categoria	0	0
Altro	2	11
Totale	18	100

Richiesta del CV sul lavoro		
	n° risposte	%
Si	75	31
No	164	69
Totale	239	100

Stagionali: le motivazioni dell'assunzione*			
	n° risposte	%	% tot. campione
Buona presenza	93	22	38
Professionalità/esperienza	54	13	22
Serietà sul lavoro	124	29	51
Cordialità e comunicazione	92	21	38
Resistenza al lavoro sotto stress	26	6	11
Passione per il lavoro	15	3	6
Conoscenza lingue	14	3	6
Titolo di studio	11	3	4
Totale	429	100	

* Fino a due risposte

Modalità per essere assunto		
	n° risposte	%
Sostenere un colloquio	183	48
Dimostrazione abilità	51	13
Provo di 7-15 gg	146	38
Totale*	380	100

* Erano possibili più risposte

Stagionali: le motivazioni per la scelta del lavoro*			
	n° risposte	%	% tot. campione
Retribuzione	81	20	33
Opportunità di conoscere altre persone	101	25	41
Esercitare la propria professionalità	57	14	23
Possibilità di carriera	31	8	13
Mestiere facile da apprendere	48	12	20
Lavoro breve (stagionale)	44	11	18
Poca voglia di studiare	4	1	2
Facile opportunità di lavoro	34	9	14
Totale	400	100	

* Fino a due risposte

Stagioni (estive) al lavoro		
Stagioni	n° risposte	%
1a stagione	52	21
2a stagione	57	23
3a stagione	35	14
> di 3 stagioni	100	41
Totale	244	100

Luoghi di lavoro precedenti stagioni (per chi è almeno alla 2a stagione estiva)		
	n° risposte	%
A Rimini	148	80
In altre località	38	20
Totale	186	100

La scorsa estate (2007) lavorava (solo per chi è almeno alla 2a stagione)		
	n° risposte	%
Stessa azienda	111	58
Altra azienda	80	42
Totale	191	100

In altra azienda, ma stesso settore ?		
	n° risposte	%
SI	57	76
No	18	24
Totale	75	100

Stagionali per qualifica		
Qualifica	n° risposte	%
Reception/Segreteria	52	21
Cameriere/a sala	91	37
Servizi pulizia piani/camere	10	4
Addetto servizi cucina	25	10
Tuttofare/Fattorino	9	4
Commesso/a	26	11
Cassiere/a	1	0
Barista	31	13
Totale	245	100

Grado di soddisfazione per il lavoro		
Grado di soddisfazione	n° risposte	%
Molto	105	43
Abbastanza	122	50
Poco	14	6
Nulla	2	1
Totale	243	100

La retribuzione è soddisfacente		
	n° risposte	%
Si	203	85
No	37	15
Totale	240	100

Criticità del lavoro stagionale*			
	n° risposte	%	% tot. campione
Orari/turni di lavoro	107	43	44
Retribuzione inadeguata	32	13	13
Scarso interesse per il lavoro	20	8	8
Scarsa preparazione al lavoro	16	6	7
Scarse possibilità di carriera	73	29	30
Totale	248	100	

* Massimo due risposte

Tipologia del contratto di lavoro		
Contratto	n° risposte	%
Apprendistato	68	29
Formazione-lavoro	0	0
Dipendente stagionale	131	56
Coll. occasionale (a progetto)	11	5
Interinale	2	1
Tempo indeterminato	8	3
Collaboratore familiare	15	6
Totale	235	100

Durata del contratto di lavoro		
Mesi	n° risposte	%
1 mese	2	1
2 mesi	18	9
3 mesi	104	51
4 mesi	33	16
5 mesi	27	13
> = 6 mesi	18	9
Totale	202	100

Impegno lavorativo giornaliero		
	n° risposte	%
Giornata intera	181	75
Mezza giornata	61	25
Totale	242	100

Estensione del tempo di lavoro			
	n° risposte	%	% su tot. campione
Anche il sabato e domenica	212	49	87
Anche dopo le ore 22	31	7	13
Con pasto gratuito in azienda	187	43	76
Totale	430	100	

Estensione del tempo di lavoro			
	n° risposte	%	% su tot. campione
Anche il sabato e domenica	212	87	87
Anche dopo le ore 22	31	13	13
Totale	243	100	
Con pasto gratuito in azienda	187		76

L'alloggio durante la stagione		
Tipologia	n° risposte	%
In casa di proprietà	125	51
Presso l'azienda	49	20
In affitto da solo	23	9
In affitto con altri	40	16
Altro	6	2
Totale	243	100

Il costo dell'affitto (solo chi è in questa condizione)		
Costo in Euro	n° risposte	%
< di 300	17	33
300-500	29	56
> di 500	6	12
Totale	52	100

Stagionali: lavoro d'inverno		
	n° risposte	%
Si	112	46
No	130	54
Totale	242	100

Luogo del lavoro invernale		
	n° risposte	%
Rimini	67	60
Altre località	45	40
Totale	112	100

Le altre località del lavoro invernale		
	n° risposte	%
Loc. montane	11	31
Cosenza	1	3
Treviso	2	6
Milano	3	8
Cagliari	1	3
Verona	1	3
Bari	5	14
Palermo	1	3
Taranto	2	6
Roma	2	6
Ancona	1	3
San Benedetto	1	3
Arezzo	1	3
Bologna	1	3
Aosta	1	3
Novafeltria	1	3
Pescara	1	3
Totale	36	100

Il settore o ramo del lavoro invernale		
	n° risposte	%
Albergo	30	27
Pubblici esercizi	41	37
Non legato al turismo	39	35
Totale	110	100

Stagionali senza lavoro d'inverno		
	n° risposte	%
Studente	83	64
Disoccupato	29	22
Casalunga	11	8
Lavori di cura	2	2
Altro	5	4
Totale	130	100

TABELLE DEL CAPITOLO 2

Conoscenza delle lingue straniere		
	n° risposte	%
Si	205	84
No	39	16
Totale	244	100

Lingue conosciute			
Lingua	n° risposte	%	% tot.campione
Inglese	168	52	69
Francese	62	19	25
Tedesco	29	9	12
Spagnolo	20	6	8
Albanese	11	3	4
Russo	5	2	2
Rumeno	20	6	8
Cinese	2	1	1
Polacco	2	1	1
Arabo	1	0	0
Turco	1	0	0
Bosniaco	1	0	0
Ungherese	2	1	1
Totale*	324	100	

* Erano possibili più risposte

Capacità di sostenere una conversazione nella lingua estera conosciuta		
	n° risposte	%
Si	172	87
No	26	13
Totale	198	100

Capacità di scrivere una lettera nella lingua estera conosciuta		
	n° risposte	%
Si	136	68
No	63	32
Totale	199	100

Capacità di utilizzare il computer		
	n° risposte	%
Si	205	84
No	39	16
Totale	244	100

I programmi del pc conosciuti			
	n° risposte	%	% tot. campione
Word	169	38	69
Excel	127	29	52
Internet	99	23	40
Powerpoint	19	4	8
Access	4	1	2
Contabilità	5	1	2
Grafica	6	1	2
Visual basic	1	0	0
Alberghi	9	2	4
Totale	439	100	

Al lavoro stagionale con quale formazione		
	n° risposte	%
Corsi di formazione specifici	29	12
Formaz. direttamente sul campo	152	62
Stage/tirocini durante la scuola	30	12
Nessuna formazione	34	14
Totale	245	100

Formazione ottenuta per iniziativa		
	n° risposte	%
Personale	178	77
Della scuola	19	8
Del datore di lavoro	24	10
Dei genitori	9	4
Totale	230	100

Questo lavoro rappresenta una prospettiva valida per il tuo futuro		
	n° risposte	%
Si	90	38
Solo per qualche anno	72	30
No, solo un lavoro occasionale	78	33
Totale	240	100

Disponibilità a seguire corsi di formazione specifici		
	n° risposte	%
Si	164	69
No	75	31
Totale	239	100

Periodo migliore per seguire corsi di formazione		
	n° risposte	%
Subito prima della stagione	28	17
Subito dopo la stagione	44	27
In altro periodo	92	56
Totale	164	100

Disponibilità a frequentare corsi durante l'estate (solo lavoratori part time)		
	n° risposte	%
Si	11	19
No	46	81
Totale	57	100

Disponibilità di tempo da dedicare ad un corso di formazione		
	n° risposte	%
2-3 giorni	40	21
1 settimana	24	13
10 giorni	38	20
1 mese	88	46
Totale	190	100

Disponibilità a frequentare un corso anche a pagamento		
	n° risposte	%
Si	20	9
No	100	46
Dipende dal costo	96	44
Totale	216	100

Argomenti per un possibile percorso formativo			
	n° risposte	%	% tot. disponibili seguire corsi
Rapporto con i clienti	40	11	24
Competenze del mestiere	77	21	47
Organizzazione del lavoro	69	19	42
Lingue estere	103	28	63
Informatica	44	12	27
Sicurezza	11	3	7
Qualità del servizio	22	6	13
Altro	4	1	2
Totale*	370	100	

* Possibili due risposte

Stagionali di Altre province disponibili a venire a Rimini prima dell'inizio del lavoro		
	n° risposte	%
Si	20	27
No	26	35
Si, ma senza costo	29	39
Totale	75	100

Stagionali di Altre province disponibili a seguire corsi on line		
	n° risposte	%
Si	26	36
No	47	64
Totale	73	100

TABELLE DEL CAPITOLO 3

Stagionali a conoscenza del marchio ecologico dell'hotel		
	N° risposte	%
Si	54	82
No	12	18
Totale	66	100

Formazione specifica ricevuta su procedure e buone pratiche ambientali della struttura con marchio		
	N° risposte	%
Si	55	83
No	11	17
Totale	66	100

Affiancamento iniziale con personale esperto in buone pratiche ambientali		
	N° risposte*	%
Si	23	42
No	32	58
Totale	55	100

* Solo chi ha ricevuto una formazione

Presenza visione della Politica ambientale e/o del Manuale del SGA della struttura		
	N° risposte	%
Si	34	57
No	26	43
Totale	60	100

L'attenzione per l'ambiente ha influenzato i comportamenti individuali nelle seguenti modalità:		
	N° risposte	% tot. addetti strutt. eco
Maggior uso dei mezzi pubblici	4	6
Più attenzione a differenziare i rifiuti	51	77
Più attenzione al consumo dell'acqua	22	33
Più attenzione al risparmio energetico	12	18
Maggiore richiesta di informazioni	7	11
Disponibile a sensibilizzare gli altri	5	8
Propensione per i prodotti biologici	4	6
Nessuna influenza	8	12
Totale *	113	

* Possibili fino a 2 risposte

L'attenzione per l'ambiente ha migliorato la qualità del lavoro		
	N° risposte	%
Si	36	57
No	27	43
Totale	63	100

L'attenzione per l'ambiente ha influenzato i comportamenti individuali nelle seguenti modalità:		
	N° risposte	% tot. addetti strutt. eco
Maggior uso dei mezzi pubblici	4	6
Più attenzione a differenziare i rifiuti	51	77
Più attenzione al consumo dell'acqua	22	33
Più attenzione al risparmio energetico	12	18
Maggiore richiesta di informazioni	7	11
Disponibile a sensibilizzare gli altri	5	8
Propensione per i prodotti biologici	4	6
Nessuna influenza	8	12
Totale *	113	

* Possibili fino a 2 risposte

Il "turismo sostenibile" è: (solo addetti in strutture con marchio ecologico)		
	N° risposte	%
Un turismo che preserva sempre l'ambiente	25	38
Un turismo che concilia aumento degli arrivi e ambiente	23	35
Un turismo che si auto sostiene	1	2
Un modo per risparmiare sui costi	4	6
Non sa/Non risponde	13	20
Totale	66	100



CECOT

Centro Sviluppo
Commercio Turismo e Servizi

Via Clementini, 31 - RIMINI
Telefono: 0541 441911
Fax: 0541 22260
E-mail: cescot@cescot-rimini.com



Ente Bilaterale Territoriale Emilia-Romagna

"Commercio, Turismo e Servizi"
Centro Servizi Territoriale di Rimini

Via Clementini, 31 - RIMINI
Telefono: 0541 50450
Fax: 0541 24700
E-mail: paghe.rn@confesercentirimini.it