



IL LAVORO STAGIONALE NELLE IMPRESE TURISTICHE DI RIMINI

2013

Ricerca realizzata con la supervisione scientifica e l'analisi dei dati
del Dipartimento di Scienze Aziendali Università di Bologna



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" P.F. 18/13.

Supervisione Scientifica della ricerca

Giuseppe Cappiello, Dipartimento di Scienze Aziendali dell'Università di Bologna

Responsabile del Progetto

Flavia Degan, Cescot di Rimini

Comitato Tecnico Scientifico

Licia Piraccini, Direttore Cescot di Rimini
Maria Pia Bartoli, Confesercenti Provinciale di Rimini
Gianluca Bagnolini, FISASCAT CISL
Daniela Giorgini, UILTuCS UIL
Isabella Pavolucci, FILCAMS CGIL

Analisi dei dati

Gabriele Morandin, Università di Bologna
Giulio Pedrini, Università di Bologna
Gabriele Pizzi, Università di Bologna

Rilevatori

Elisa Magnani

Si ringraziano

Tatiana Giorgetti, Responsabile Centro per l'Impiego di Rimini
Luca Tonelli, Centro Studi Centro per l'Impiego di Rimini

I partecipanti ai focus group e alla tavola rotonda

Marta Agostini, Piccoli Alberghi di Qualità
Daniela Baldoni, CPI Rimini
Massimiliano Chieppa, DTL Rimini
Raffaella Anna D'Atri, Direttore DTL Rimini
Carlo Dall'Ara, Ordine Consulenti del Lavoro
Anna Del Prete, C.C.I.A.A. Rimini
Sandro Gentile, Gentile Sandro SAS
Paola Giuri, Università di Bologna
Alberto Gnoli, Hospitality Marketing
Antonella Guerra, AG Hotel Promotion
Mirco Incontri, Ceto Medio
Stefano Mazzotti, Network Spiaggia Rimini
Manuela Provenzale, CPI Riccione
Giovannino Pulazza, Ristobar Spiaggia Rimini
Patrizia Rinaldis, AIA Rimini
Sergio Zaghini, Ordine Consulenti del Lavoro
Il Comitato Tecnico Scientifico

Introduzione

Turismo & lavoro stagionale sono un binomio caratteristico dell'economia riminese

Tanto importante sotto il profilo quali-quantitativo, tanto difficile da inquadrare.

Le statistiche ufficiali non sempre riescono a fornirci una fotografia precisa di quanti sono questi lavoratori, di quali dinamiche si verificano nella ricerca, formazione ed inserimento negli organici. Non sappiamo se la precarietà sia davvero un limite nelle traiettorie di vita e lavoro e in che misura generi un senso di insoddisfazione e di inutilità che si ripercuote sulle prestazioni lavorative. Di certo tanti sono i luoghi comuni che dipingono questi lavoratori come sfruttati, sotto pagati e poco qualificati.

Per fornire un contributo all'analisi del fenomeno e individuare formule innovative per migliorare la formazione, il reclutamento e le condizioni di lavoro di circa trentamila addetti, da 10 anni, a cadenza periodica, grazie ad Ebter - Ente Bilaterale Territoriale Emilia Romagna (E.B.T-E.R.) CST di Rimini – realizziamo una ricerca.

Nel pubblicare il terzo report (le prime due edizioni risalgono al 2004 e al 2008) ci auguriamo che le riflessioni, emerse dall'analisi di più di 600 questionari a lavoratori stagionali, servano al consolidamento delle politiche di sviluppo del territorio basate sulla valorizzazione del capitale umano, vera e unica risorse per la competitività locale.

Il presidente del Cescot
Alessandro Bonfè



INDICE

| | | |
|---------------------------|------|----|
| Premessa | pag. | 6 |
| Il fenomeno turistico | pag. | 7 |
| Il lavoro nel turismo | pag. | 19 |
| I risultati dell'indagine | pag. | 25 |
| Considerazioni di sintesi | pag. | 56 |
| Appendice | pag. | 58 |
| Riferimenti bibliografici | pag. | 80 |

PREMESSA

Il turismo costituisce senza dubbio una componente fondamentale dell'economia riminese. Alla sola categoria "alberghi, ristoranti e bar" afferiscono il 13,2% delle imprese attive nel territorio, contro il 6,8% della stessa tipologia di imprese a livello nazionale (Camera di Commercio di Rimini, 2013) e il comparto "alberghi, ristoranti e pubblici esercizi" registra quasi 55.000 assunzioni¹ nel 2012, più della metà di quante se ne contano in tutta la Provincia di Rimini. A Rimini l'attività turistica si concentra soprattutto nei mesi estivi e genera significative ripercussioni sulle abitudini e sulle peculiarità del mercato locale, sia dal punto di vista quantitativo, sia sotto il profilo qualitativo.

La centralità dell'industria turistica e l'accentuata stagionalità delle presenze influenzano in particolare il mercato del lavoro. Se il turismo è rilevante in termini di assunzioni nell'arco dell'intero anno, esso diventa preponderante nel momento in cui ci si concentra sul lavoro stagionale: nel periodo che va dall'1 aprile al 15 agosto di ogni anno, la domanda di lavoro stagionale proviene per il 90% dalla categoria "Alberghi, ristoranti e pubblici esercizi" (Provincia di Rimini, 2013a).

Questo lavoro, dopo aver illustrato le dimensioni del fenomeno turistico sia su scala internazionale che locale, analizza le caratteristiche del mercato del lavoro stagionale nella Provincia di Rimini.

Per l'analisi sono state consultate tutte le banche dati disponibili, poi è stato somministrato un questionario ad oltre 600 lavoratori stagionali assunti nelle varie tipologie di imprese turistiche, i risultati offrono una visione approfondita e consentono di formulare anche qualche proposta per aumentare la soddisfazione lavorativa e la qualità del servizio.

1 - Per assunzione si intende ogni nuovo rapporto di lavoro instaurato nel periodo in esame (c.d. "avviamenti"). Poiché gli avviamenti possono riguardare il medesimo lavoratore, soprattutto nel caso del lavoro stagionale, tale dato non coincide con il numero dei lavoratori "avviati", che è stato di 28.681 nel 2012. Di questa differenza si discuterà più approfonditamente nel paragrafo 5 di questo primo capitolo.

1

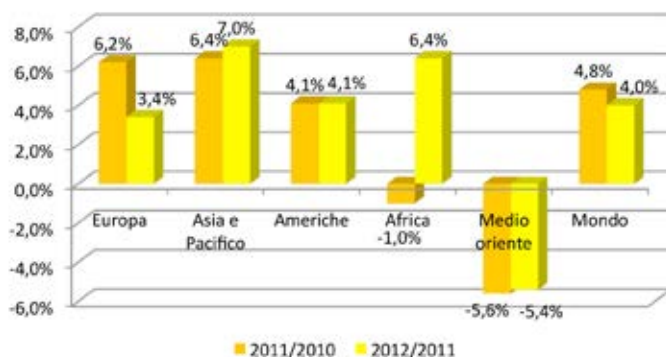
LA DOMANDA DI TURISMO IN EUROPA E NEL MONDO

Il settore del turismo ha dimostrato in questi anni recenti una notevole resilienza di fronte alla crisi economica globale e alla debole ripresa che ne è seguita. L'incremento degli arrivi internazionali registrato dall'Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO, 2013) nel 2012 è stato del 4% e ha fatto seguito al +4,8% dell'anno precedente. Gli arrivi annui hanno così superato per la prima volta il miliardo in valore assoluto. Le previsioni per il 2013 si mantengono positive stimandosi una crescita degli arrivi internazionali compresa tra il 3% e il 4% (UNWTO, 2013). In termini di spesa l'aumento previsto per il 2013 è del 3,1% (World Travel & Tourism Council, 2013), cui contribuiranno in particolare i viaggiatori provenienti dai Paesi emergenti: Cina (+30% nel 2012), Russia (+21% nel 2012), Brasile (+44% nel 2012) e India (+33% nel 2012).

A tale espansione della domanda si è accompagnato l'aumento dei posti di lavoro nel settore, con 4 milioni di nuove assunzioni nel 2012 nel mondo. Il turismo internazionale costituisce il 30% del totale delle esportazioni di servizi nel mondo, rappresentando una componente essenziale della bilancia dei pagamenti di molti Paesi. Sempre nel 2012 il contributo del turismo all'economia mondiale, considerando anche le ricadute indirette e indotte, è stato stimato invece nel 9,3% del PIL e nell'8,7% del numero di occupati (World Travel & Tourism Council, 2013).

A livello macroregionale l'Europa evidenzia una discreta performance (+3,4% corrispondenti a circa 17 milioni di arrivi in più), sebbene in calo rispetto al 2011 e inferiore a quella delle altre aree, fatta eccezione per quella medio-orientale (Figura 1). Anche il dato dei ricavi derivanti dal turismo si mantiene positivo (+2,3% a prezzi costanti), ma in peggioramento rispetto all'anno precedente.

Figura 1 - Arrivi da turismo internazionale

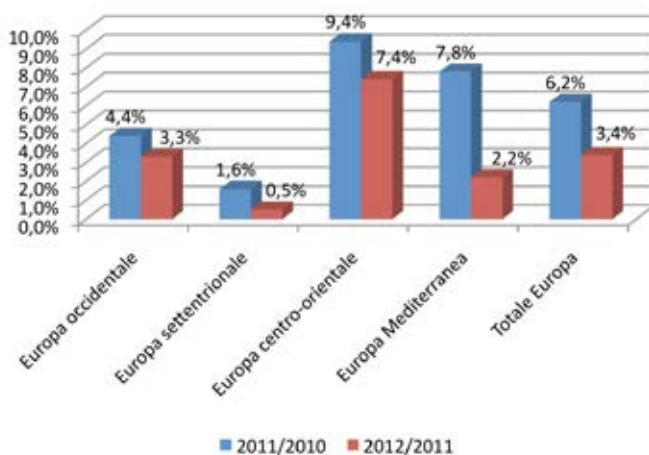


Fonte: Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO), 2013

Il vecchio continente con 534,4 milioni di arrivi nel 2012 si conferma la meta prevalente dei flussi turistici internazionali, rappresentando da solo il 51,4% del totale degli arrivi. Cinque dei dieci Paesi che registrano i maggiori introiti derivanti dal turismo, sono europei: Spagna, Francia, Italia, Germania, Regno Unito. Il contributo diretto del turismo all'attività economica del continente è risultato essere pari al 2,9% del PIL, ma se si considerano anche gli effetti indiretti e indotti tale quota sale all'8,2%.

La componente turistica è ancora più rilevante nei Paesi dell'Europa mediterranea che, nel complesso, costituiscono la principale meta del turismo internazionale, con oltre 191 milioni di arrivi nel 2012. Benché la domanda sia stata meno dinamica (+2,2%) rispetto all'Europa occidentale e soprattutto all'Europa centro-orientale (Figura 2), il dato è comunque positivo in considerazione del periodo di crescita economica incerta che caratterizza gran parte di questi Paesi. Ben si attagliano ai Paesi di quest'area le parole di Taleb Rifai, Segretario Generale dell'UNWTO: "Malgrado l'attuale volatilità, il turismo internazionale si sta dimostrando un importante fattore di sviluppo economico per molte economie europee, portando valuta estera molto richiesta e contribuendo ad alleggerire la pressione sulla bilancia dei pagamenti".

Figura 2 - Arrivi da turismo internazionale in Europa



Fonte: Organizzazione Mondiale del Turismo (UNWTO), 2013

Sotto il profilo occupazionale, la componente riferibile direttamente al turismo è del 2,8% (circa 11 milioni di occupati), mentre se si include la componente indiretta e indotta la quota risulta essere dell'8,0% (circa 30 milioni di occupati). In termini monetari l'Europa ha registrato entrate per 356 miliardi di Euro, pari al 43% del totale degli incassi derivanti da turismo nel mondo. Tra i Paesi Europei dove l'occupazione nei servizi turistici allargati (che includono la ristorazione e i pubblici esercizi) è più consistente troviamo la Germania con quasi 1,6 milioni di occupati, la Gran Bretagna con oltre 1,4 milioni, la Spagna con più di 1,3 milioni, l'Italia con oltre 1,2 milioni (Eurostat, 2013).

IL TURISMO IN ITALIA: DOMANDA, STAGIONALITÀ E IMPATTO OCCUPAZIONALE

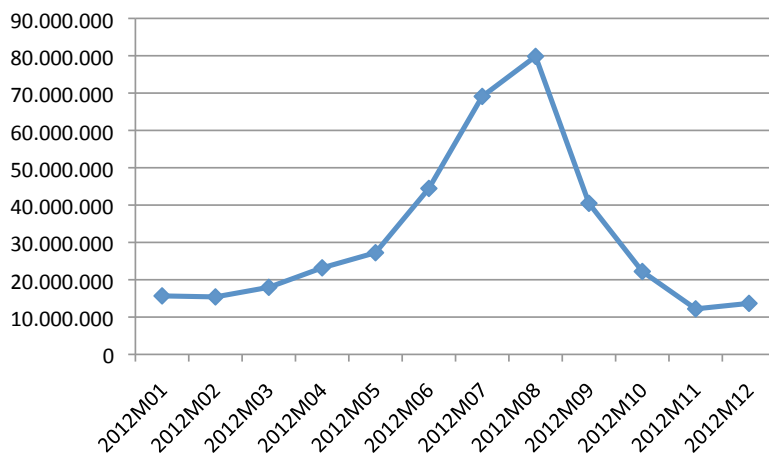
Il turismo in Italia rappresenta una delle voci più importanti dei conti nazionali e nell'anno 2012 ha contribuito al PIL per il 4,1% in termini diretti e per il 10,3% se si tiene conto anche degli effetti indiretti e indotti (World Travel & Tourism Council, 2013). I dati su arrivi e presenze mostrano tuttavia come la crisi abbia colpito pesantemente il settore, dopo la resilienza evidenziata negli anni precedenti (Osservatorio Nazionale del Turismo, 2013). Nel 2012 il totale degli arrivi è stato di 98,1 milioni (-5,4% rispetto al 2011), di cui 47,4 milioni di stranieri (-0,1%), mentre le presenze sono state 362 milioni (-6,4%), di cui 175,2 milioni di stranieri (-0,7%). La flessione è da attribuirsi soprattutto alla crisi delle imprese del comparto alberghiero che registrano un calo di vendite a fronte di una sostanziale stabilità dei pernottamenti nelle imprese extralberghiere.

Il contributo del turismo è comunque crescente sotto il profilo della bilancia dei pagamenti: nel 2012 esso ha contribuito alle esportazioni per l'11,7%, generando 41,2 miliardi di euro in entrata e un saldo commerciale di 11,7 miliardi con un incremento del 13,5% rispetto al 2011, che si era chiuso con un avanzo di 10,3 miliardi di euro (Banca d'Italia, 2013). Mentre, infatti, la spesa degli stranieri in Italia, pari a 32.066 milioni di euro, è cresciuta del 3,8%, la spesa dei nostri connazionali all'estero, per 20.371 milioni di euro, ha registrato una contrazione dell'1%.

Nel ranking mondiale l'Italia si conferma al quinto posto in termini di arrivi internazionali dopo Stati Uniti, Francia, Spagna e Cina. Come di consueto, ai primi tre posti tra i principali mercati di origine della domanda straniera per spesa troviamo Germania, Stati Uniti e Francia, tutti in crescita rispetto al 2011. Alle spalle di questi tre Paesi si segnala l'incremento di spesa dei turisti del Regno Unito (+15,6% in più rispetto al 2011) e dei paesi BRIC, in particolare Russia, Cina e India.

La stagionalità² torna ad aumentare: nei mesi di luglio ed agosto periodo l'indice di utilizzazione delle strutture ricettive si è mantenuto tra il 60 e il 70%, mentre il mese di giugno è stato quello in cui si è registrata la contrazione maggiore nelle vendite (-8% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno). In controtendenza si muovono peraltro le località balneari, dove una politica dei prezzi al ribasso ha favorito le vendite in bassa stagione (con un recupero in inverno tra il +5% e il +6% rispetto al 2011), ma la crisi ha colpito la stagione estiva: neppure in luglio (66% di camere occupate, in calo del -3% rispetto al 2011) e agosto (77%, -5%), le imprese non hanno saturato la loro capacità ricettiva.

2 - La stagionalità, consiste in una disomogenea distribuzione di turisti durante l'anno che si manifesta con ricorrente stabilità e produce effetti di varia natura. Essa può essere determinata sia da fattori inerenti l'offerta e quindi la località turistica di destinazione, sia da fattori inerenti l'area di provenienza dei turisti, che incidono sulla domanda.

Figura 3 - Numero di presenze nelle strutture turistiche italiane nel 2012

Fonte: Eurostat, 2013

Passando ai dati occupazionali, i lavoratori del settore turistico in Italia ammontavano nel 2012 a 1.099.500 pari al 4,8% del totale degli occupati; una percentuale che si prevede rimanga costante nel 2013, benché in assoluto il numero degli occupati sia atteso in diminuzione. Se però facciamo riferimento a una definizione più ampia del settore, che comprende sia le attività del core business, vale a dire alberghi e altre strutture ricettive, Tour Operator, agenzie di viaggio (divisioni 55 e 79 della classificazione Ateco 2007), sia le attività dei pubblici esercizi e della ristorazione (divisione 56 della classificazione Ateco 2007), gli occupati nel 2012 sono stati 1.274.000 di cui 865.000 a tempo pieno (946.000 nel trimestre estivo) e 409.000 part-time (443.000 nel semestre estivo). Infine, se si tiene conto delle attività indirettamente collegate al turismo il numero degli occupati diventa di 2.681.000 unità (2012) pari all'11,7% del totale degli occupati (World Travel and Tourism Council, 2013).

Il profilo degli occupati si caratterizza per la giovane età dei lavoratori (il 40,6% degli occupati ha meno di 34 anni), per la prevalenza della componente femminile (il 51,3%), per la significativa diffusione del part-time (32,1%) (Eurostat, 2013), per il livello di istruzione relativamente basso (solo il 5,8% dei lavoratori possiede un titolo di livello universitario, per la quota relativamente elevata di lavoratori stranieri (la quota di occupati nel settore, sul totale degli occupati stranieri, è pari al 7%, mentre la quota osservata per gli italiani è del 4,2%). La stagionalità dei flussi turistici influisce inoltre sulla durata dei contratti di lavoro, con una forte componente di lavoratori temporanei: il 30,8% dei lavoratori dipendenti del settore è infatti qualificato come temporaneo (Eurostat, 2013).

La quota di imprese turistiche che ha programmato di effettuare assunzioni nel corso del 2013 è del 19,8% (Sistema informativo Excelsior, 2013); percentuale che, se da un lato supera la media complessiva, pari al 13,2% proprio grazie alle

assunzioni stagionali, dall'altro rappresenta la quota più bassa registrata dal 2009 ad oggi. Risulta, infatti, inferiore di circa il 2% a quella del 2012, dell'11% a quella del 2011, di circa il 5% rispetto al 2010 e del 13% rispetto al 2009. Nel valutare il numero di stagionali va peraltro ricordato come il numero degli avviamenti non fornisca una precisa stima della dinamica di un settore. Nei comparti in cui un elevato turnover e il ricorso a forme contrattuali flessibili si cumulano, un maggior numero di assunzioni può essere associato a un minor numero di nuovi posti di lavoro se il confronto è con settori caratterizzati da una maggiore stabilità e durata media dei contratti di lavoro.

Tra le assunzioni previste nel corso 2013, peraltro, ben il 94% di queste riguarderebbe personale non qualificato. Non stupisce a tale proposito che solo un quarto delle imprese turistiche abbia effettuato attività di formazione per i propri dipendenti nel 2012, con un notevole divario rispetto alla media generale, dove, nel complesso delle imprese extra-agricole, l'attività di formazione continua è stata svolta nel 35% dei casi. Più spesso, tuttavia, attività formative si estrinsecano in periodi di tirocinio formativo o stage, anche con la finalità di valutare "sul campo" possibili candidati all'assunzione: nel corso del 2011 il 15% delle imprese del settore turistico ha ospitato personale per tale finalità, quota leggermente più alta del 14% circa che si registra nella media generale. Solo il 15% delle imprese, però, impiega laureandi e laureati per svolgere tirocini e stage a fronte di una media complessiva del 30%.

Questa minore domanda di capitale umano si rispecchia in una minore difficoltà di reperimento di personale avente i requisiti richiesti: il 15,1% delle imprese ha segnalato difficoltà di assunzione nel 2012 a fronte di una media di circa il 20% (Sistema informativo Excelsior, 2013).

Lo sviluppo di nuove competenze e il conseguente incremento del fabbisogno formativo delle imprese è peraltro possibile in un prossimo futuro. La ripresa di competitività dell'industria turistica italiana, attualmente al 28° posto su 130 Paesi secondo il World Economic Forum, passa anche dalla capacità delle imprese turistiche di creare nuove figure professionali e di sfruttare i nuovi canali di comunicazione. Sotto questo profilo gli ultimi anni si sono caratterizzati per la diffusione di Internet come vetrina e mercato virtuale per le imprese. Nel 2012 gli operatori che hanno offerto il servizio di booking diretto on-line sono passati dal 48% circa al 64% circa delle imprese (Unioncamere, 2013a). Dall'altra parte, si registra una complessiva apertura del sistema ricettivo anche ai social network che rappresentano oramai un canale di promo-commercializzazione per quasi 4 imprese su 10. Simmetricamente sempre più turisti utilizzano Internet per prenotare la vacanza (il 47% nel 2012 contro il 41% del 2011).

IL TURISMO NELLA PROVINCIA DI RIMINI

L'industria turistica riminese ha accresciuto la sua importanza relativa durante questi anni di crisi economica. Dopo una sostanziale tenuta del settore nel biennio 2009-2010, nel 2011 e nel 2012 si è registrata addirittura una crescita dei movimenti. La resilienza del settore turistico nella provincia di Rimini risulta così ancora più marcata di quella evidenziata a livello nazionale.

Nel corso del 2012 la domanda turistica espressa in termini di arrivi ha registrato nel complesso un incremento dell'1,9%, dovuto all'aumento dei turisti stranieri (+8,2%) a fronte di una sostanziale stabilità della componente nazionale (+0,2%) che rimane comunque prevalente (77,1% del totale). I movimenti si concentrano sulla fascia costiera, la maggioranza dei quali nel comune di Rimini; meno interessati dai movimenti turistici sono invece i comuni dell'entroterra. (Tabella 1)

Il raffronto con il 2011 evidenzia un incremento significativo nei comuni di Bellaria-Igea Marina e di Cattolica (+3,4% e +2,7% rispettivamente), mentre l'entroterra della Valmarecchia è l'unica area a conoscere un calo degli arrivi (-5,0%). Spicca altresì il calo dei turisti italiani nei comuni di Rimini e Riccione, più che compensato peraltro dalla dinamica positiva dei turisti stranieri nei medesimi comuni. La suddivisione tra esercizi alberghieri ed esercizi complementari (bed & breakfast, case per ferie e vacanze, affittacamere, campeggi, villaggi turistici, ostelli, rifugi di montagna, aziende agrituristiche, altri esercizi ricettivi) mostra una maggiore dinamicità dei secondi (+4,5%), frutto dell'incremento della componente nazionale (+6,2%) e del decremento della componente straniera (-0,6%). Si intuisce come tale ricomposizione sia imputabile alla diminuzione del potere di acquisto dei turisti italiani a fronte di un relativo incremento di quello dei turisti stranieri.

Nello stesso periodo, le presenze hanno evidenziato un calo dell'1,6% ascrivibile alla netta diminuzione delle presenze dei turisti italiani (-3,8%), solo parzialmente compensata dall'incremento delle presenze dei turisti stranieri (+5,7%) (Tabella 2). La permanenza media, pari al rapporto presenze/arrivi, risulta pertanto in diminuzione e pari a 5,0 gg a fronte dei 5,1 gg del 2011, restando maggiore per i turisti stranieri (5,5 gg. contro 4,9 gg. degli italiani). Il calo risulta essere più marcato nei comuni di Cattolica e di Rimini, mentre gli unici dati positivi sono quelli registrati dai comuni dell'entroterra, Valconca e Valmarecchia, a significare che in tale area si è riscontrato un incremento della permanenza media (pari a 3,0 gg nel 2012) in grado di compensare il calo degli arrivi. Ancor più che per gli arrivi il dato delle presenze riflette una divergenza tra gli esercizi alberghieri, dove le presenze sono calate del 2,2%, e gli altri esercizi ricettivi dove le presenze sono aumentate del 7,5%.

Tabella 1

Arrivi per struttura in provincia di Rimini - Anno 2012 (variazione rispetto al 2011)

| | ITALIANI | VAR. % | ESTERI | VAR. % | TOTALI | VAR. % |
|----------------------------------|------------------|--------------|----------------|--------------|------------------|-------------|
| Esercizi Alberghieri | | | | | | |
| Bellaria-Igea Marina | 262.990 | 4,3% | 67.116 | 1,3% | 330.106 | 3,7% |
| Cattolica | 241.794 | 3,5% | 47.074 | -1,6% | 288.868 | 2,6% |
| Misano Adriatico | 94.272 | 0,7% | 18.053 | 4,8% | 112.325 | 1,3% |
| Riccione | 554.579 | -1,8% | 91.642 | 8,6% | 646.221 | -0,4% |
| Rimini | 1.135.691 | -1,0% | 457.196 | 11,6% | 1.592.887 | 2,3% |
| Entroterra Valconca | 17.153 | 2,5% | 4.552 | 3,1% | 21.705 | 2,6% |
| Entroterra Valmarecchia | 20.211 | -9,0% | 3.895 | -2,4% | 24.106 | -8,0% |
| PROVINCIA DI RIMINI | 2.326.690 | -0,1% | 689.528 | 8,8% | 3.016.218 | 1,8% |
| Esercizi Complementari | | | | | | |
| Bellaria-Igea Marina | 15.372 | 0,4% | 2.808 | -12,5% | 18.180 | -1,9% |
| Cattolica | 2.609 | 7,5% | 219 | 18,4% | 2.828 | 8,3% |
| Misano Adriatico | 9.540 | 4,1% | 3.451 | -3,5% | 12.991 | 2,0% |
| Riccione | 72.091 | 13,1% | 19.582 | 23,6% | 91.673 | 15,2% |
| Rimini | 23.378 | -5,2% | 13.711 | -20,6% | 37.089 | -11,5% |
| Entroterra Valconca | 5.892 | 1,3% | 671 | 42,5% | 6.563 | 4,4% |
| Entroterra Valmarecchia | 9.912 | 3,2% | 3.452 | -4,9% | 13.364 | 1,0% |
| PROVINCIA DI RIMINI | 138.794 | 6,2% | 43.894 | -0,6% | 182.688 | 4,5% |
| Totale Esercizi Ricettivi | | | | | | |
| Bellaria-Igea Marina | 278.362 | 4,1% | 69.924 | 0,7% | 348.286 | 3,4% |
| Cattolica | 244.403 | 3,5% | 47.293 | -1,5% | 291.696 | 2,7% |
| Misano Adriatico | 103.812 | 1,0% | 21.504 | 3,3% | 125.316 | 1,4% |
| Riccione | 626.670 | -0,3% | 111.224 | 11,0% | 737.894 | 1,3% |
| Rimini | 1.159.069 | -1,1% | 470.907 | 10,3% | 1.629.976 | 2,0% |
| Entroterra Valconca | 23.045 | 2,2% | 5.223 | 6,9% | 28.268 | 3,1% |
| Entroterra Valmarecchia | 30.123 | -5,3% | 7.347 | -3,6% | 37.470 | -5,0% |
| PROVINCIA DI RIMINI | 2.465.484 | 0,2% | 733.422 | 8,2% | 3.198.906 | 1,9% |

Fonte: Provincia di Rimini, 2013b

In termini di composizione della domanda in base alla nazionalità dei turisti, si conferma una dinamica già manifestatasi nel corso del 2010 e del 2011 (Tabella 3). A partire dal 2009, infatti, i movimenti nella provincia di Rimini hanno segnato un'inversione del trend registrato negli anni precedenti. Se, infatti, fino al 2009 la percentuale di stranieri, in termini sia di arrivi, sia di presenze, era in diminuzione, sia per il movimento alberghiero, sia per il movimento extra alberghiero, nel corso degli anni successivi tali percentuali hanno registrato un'inversione di tendenza, superando nel 2011 i livelli del 2007. Il trend dei due anni precedenti è altresì confermato per quanto concerne la permanenza media dei turisti stranieri, che, pur diminuita nel periodo in esame, si mantiene al di sopra di quella nazionale. La rinnovata dinamica del turismo straniero ha portato a un miglioramento del saldo della bilancia dei pagamenti turistica provinciale, che nel 2012 è risultato positivo per 367 milioni (66 milioni in più rispetto al 2011).

Tabella 2

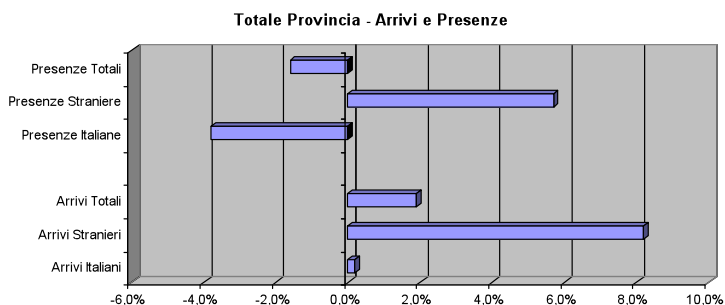
Presenze per struttura in provincia di Rimini - Anno 2012 (variazione 2011)

| | ITALIANE | VAR. % | ESTERE | VAR. % | TOTALI | VAR. % |
|-------------------------------|-------------------|--------------|------------------|-------------|-------------------|--------------|
| Esercizi Alberghieri | | | | | | |
| Bellaria-Igea Marina | 1.568.877 | -1,7% | 426.425 | 0,0% | 1.995.302 | -1,3% |
| Cattolica | 1.391.819 | -3,3% | 312.651 | -0,8% | 1.704.470 | -2,9% |
| Misano Adriatico | 543.385 | -2,0% | 115.289 | -2,9% | 658.674 | -2,1% |
| Riccione | 2.410.397 | -4,7% | 556.400 | 7,9% | 2.966.797 | -2,6% |
| Rimini | 5.117.037 | -6,0% | 2.290.599 | 7,5% | 7.407.636 | -2,2% |
| Entroterra Valconca | 55.968 | 2,4% | 20.648 | 10,9% | 76.616 | 4,6% |
| Entroterra Valmarecchia | 38.750 | -6,8% | 9.292 | -1,0% | 48.042 | -5,8% |
| PROVINCIA DI RIMINI | 11.126.233 | -4,6% | 3.731.304 | 5,6% | 14.857.537 | -2,2% |
| Esercizi Complementari | | | | | | |
| Bellaria-Igea Marina | 129.149 | -1,6% | 16.206 | -2,1% | 145.355 | -1,7% |
| Cattolica | 37.288 | 3,8% | 2.682 | 50,8% | 39.970 | 6,0% |
| Misano Adriatico | 90.413 | 2,1% | 25.352 | -7,1% | 115.765 | -0,1% |
| Riccione | 430.966 | 15,0% | 127.625 | 18,1% | 558.591 | 15,7% |
| Rimini | 122.262 | 2,9% | 74.158 | -8,6% | 196.420 | -1,8% |
| Entroterra Valconca | 13.367 | -6,7% | 2.545 | 26,6% | 15.912 | -2,6% |
| Entroterra Valmarecchia | 23.883 | 1,9% | 33.733 | 24,2% | 57.616 | 13,9% |
| PROVINCIA DI RIMINI | 847.328 | 7,7% | 282.301 | 6,9% | 1.129.629 | 7,5% |
| Esercizi Ricettivi | | | | | | |
| Bellaria-Igea Marina | 1.698.026 | -1,7% | 442.631 | -0,1% | 2.140.657 | -1,4% |
| Cattolica | 1.429.107 | -3,1% | 315.333 | -0,5% | 1.744.440 | -2,7% |
| Misano Adriatico | 633.798 | -1,4% | 140.641 | -3,7% | 774.439 | -1,8% |
| Riccione | 2.841.363 | -2,2% | 684.025 | 9,7% | 3.525.388 | -0,1% |
| Rimini | 5.239.299 | -5,8% | 2.364.757 | 6,9% | 7.604.056 | -2,2% |
| Entroterra Valconca | 69.335 | 0,5% | 23.193 | 12,5% | 92.528 | 3,3% |
| Entroterra Valmarecchia | 62.633 | -3,7% | 43.025 | 17,7% | 105.658 | 4,0% |
| PROVINCIA DI RIMINI | 11.973.561 | -3,8% | 4.013.605 | 5,7% | 15.987.166 | -1,6% |

Fonte: Provincia di Rimini, 2013b

Figura 4

Arrivi e presenze per struttura in provincia di Rimini - Anno 2012



Fonte: Provincia di Rimini, 2013b

Tabella 3

Movimento alberghiero ed extralberghiero anni 2007-2011

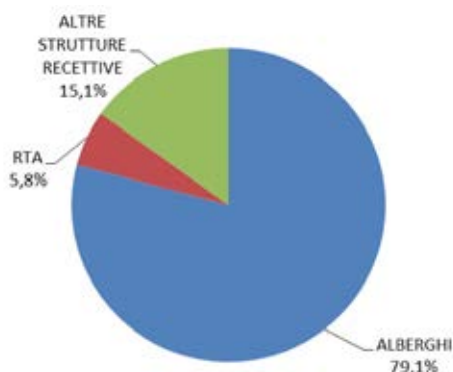
| MOVIMENTO ALBERGHIERO | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| % Arrivi Italiani | 79,5 | 80,0 | 81,4 | 79,5 | 78,6 |
| % Arrivi Stranieri | 20,5 | 20,0 | 18,6 | 20,5 | 21,4 |
| % Presenze Italiane | 77,8 | 78,2 | 79,3 | 77,7 | 76,7 |
| % Presenze Straniere | 22,2 | 21,8 | 20,7 | 22,3 | 23,3 |
| Permanenza media turisti italiani (gg.) | 5,2 | 5,1 | 5,0 | 5,0 | 5,0 |
| Permanenza media turisti stranieri (gg.) | 5,7 | 5,7 | 5,8 | 5,6 | 5,6 |
| Permanenza media turisti totali (gg.) | 5,3 | 5,2 | 5,2 | 5,1 | 5,1 |
| MOVIMENTO EXTRA ALBERGHIERO | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
| % Arrivi Italiani | 73,3 | 73,5 | 75,5 | 75,9 | 75,0 |
| % Arrivi Stranieri | 26,7 | 26,5 | 24,5 | 24,1 | 25,0 |
| % Presenze Italiane | 74,6 | 73,8 | 77,1 | 76,3 | 75,6 |
| % Presenze Straniere | 25,4 | 26,2 | 22,9 | 23,7 | 24,4 |
| Permanenza media turisti italiani (gg.) | 6,4 | 6,2 | 6,6 | 6,5 | 6,2 |
| Permanenza media turisti stranieri (gg.) | 5,9 | 6,1 | 6,0 | 6,4 | 6,0 |
| Permanenza media turisti totali (gg.) | 6,3 | 6,2 | 6,5 | 6,5 | 6,2 |

Fonte: Camera di Commercio di Rimini, 2012

Dal lato dell'offerta il mercato dei servizi turistici si esprime in primo luogo in termini di numero di esercizi e di posti letto disponibili sul territorio di riferimento. Essa si suddivide tra esercizi alberghieri, composti da alberghi veri e propri e residenze turistiche alberghiere (RTA), pari all'84,9% del totale in termini di esercizi e all'85% in termini di letti, e dalle strutture ricettive complementari, che rappresentano il residuo 15% dell'offerta (Figura 5). La tipologia di struttura prevalente di destinazione turistica, è costituita pertanto dalle strutture alberghiere, dove si concentra, rispettivamente, il 94,3% degli arrivi, e il 92,9% delle presenze.

Figura 5

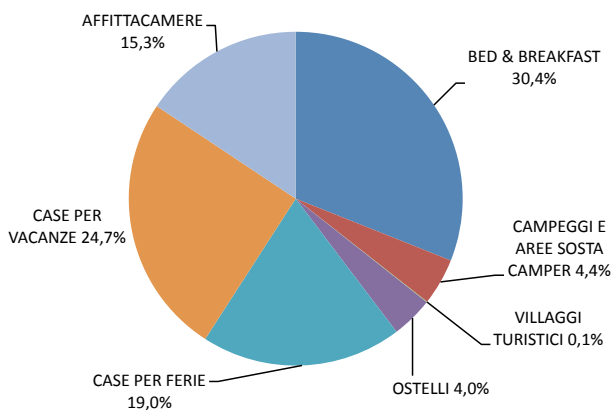
Composizione dell'offerta ricettiva (numero di esercizi)



Fonte: Camera di Commercio di Rimini, 2012

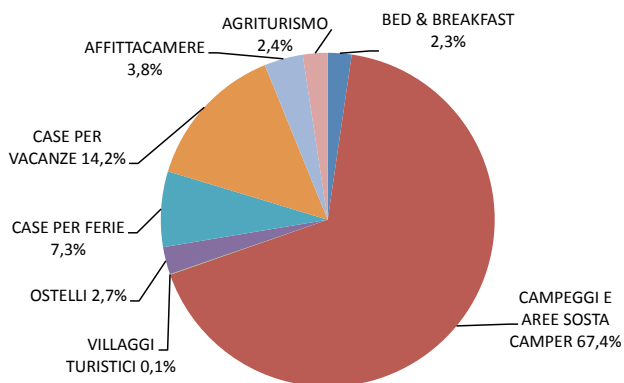
Per quanto concerne le altre strutture ricettive (c.d. strutture ricettive complementari), esse registrano la prevalenza di bed & breakfast e di case per ferie e vacanze in termini di numero di esercizi (Figura 6), mentre in termini di posto letto i campeggi e le aree di sosta per camper sono prevalenti, rappresentando il 67,4% dell'offerta (Figura 7). Le strutture complementari si caratterizzano inoltre per una permanenza media più lunga nel territorio provinciale, nei comuni della fascia costiera e in quelli dell'entroterra: esse evidenziano, rispettivamente 6,2 gg., 6,5 gg. e 3,7 gg contro 4,9 gg., 5,0 gg. e 2,7 gg. delle strutture alberghiere.

Figura 6
 Composizione delle strutture ricettive complementari (numero di esercizi)



Fonte: Camera di Commercio di Rimini, 2012

Figura 7
 Composizione delle strutture ricettive complementari (numero di letti)



Fonte: Camera di Commercio di Rimini, 2012

L'indice di utilizzazione lorda, che misura il rapporto tra l'output reale (il numero di presenze) e l'output potenziale (numero di letti disponibili per il numero di giorni compresi nel periodo considerato), registra un incremento tra il 2010 e il 2011, riportandosi al livello del 2009, ma si colloca ancora al di sotto dei coefficienti del 2007 e del 2008. Il medesimo andamento è osservabile con riferimento alle presenze per posto letto. I tassi di turisticità (Presenze strutture ricettive/365)/Popolazione residente x 100) e di ricettività (Posti letto strutture ricettive./Popolazione residente x 100) collocano la provincia di Rimini tra i primi posti in Europa, evidenziando il ruolo preminente del settore su questo territorio. (Tabella 4)

Tabella 4

Indici di utilizzazione, turisticità e ricettività 2007-2011

| Indicatore | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|--|------|------|------|------|------|
| Indice di utilizzazione lorda | 26,5 | 26,3 | 25,8 | 24,9 | 25,8 |
| Tasso di turisticità | 14,4 | 14,1 | 13,1 | 13,0 | 13,4 |
| Tasso di ricettività | 54,6 | 53,4 | 50,9 | 52,1 | 52,1 |
| Posti letto per struttura ricettiva | 60 | 64 | 64 | 65 | 64 |
| Presenze per posto letto | 97 | 96 | 94 | 91 | 94 |

Fonte: Camera di Commercio di Rimini, 2012

Accanto alle strutture ricettive, esistono poi altre "imprese turistiche". Se si prendono in considerazione le diverse attività strettamente correlate al turismo (ad es. commercio al dettaglio, pubblici esercizi, trasporti e comunicazioni) il c.d. "Distretto Turistico" riminese evidenzia una struttura piuttosto articolata, sia quantitativamente, sia qualitativamente (Tabella 5). In termini di numerosità le imprese turistiche costituiscono una quota rilevante delle imprese attive sul territorio riminese (37,1%). Le categorie maggiormente rappresentative sono quelle del "Commercio al dettaglio", con 7.588 imprese (46,4%) e dei "Ristoranti, pizzerie, bar, pub e gelaterie", con 3.327 imprese (20,4%). In termini di distribuzione territoriale le imprese turistiche si concentrano maggiormente i comuni della fascia costiera (con il 41,7% di "imprese turistiche" sul totale delle imprese e l'82,6% del totale delle imprese turistiche provinciali). Da un confronto con l'anno precedente emerge tuttavia come esse diminuiscano leggermente, sia a livello provinciale (-0,3%), sia nella fascia costiera (-0,4%) mentre aumentano lievemente nei comuni dell'entroterra (+0,4%).

Tabella 5

Imprese turistiche attive in provincia di Rimini al 31/12/12

| | Totale Provincia | di cui comuni Fascia Costiera | | | | | di cui Entroterra | |
|---|---------------------|-------------------------------|--------------|---------------------|--------------|---------------|--|--------------------------------|
| | | Bellaria Igea Marina | Cattolica | Misano Adriatico | Riccione | Rimini | Totale comuni Fascia Costiera | Totale comuni Entroterra |
| Commercio al dettaglio | 7.588 | 500 | 669 | 237 | 1.129 | 3.485 | 6.020 | 1.568 |
| Esercizi ricettivi | 2.692 | 381 | 299 | 132 | 472 | 1.336 | 2.620 | 72 |
| - di cui alberghi | 2.430 | 353 | 268 | 111 | 427 | 1.231 | 2.390 | 40 |
| Stabilimenti balneari | 684 | 150 | 77 | 47 | 135 | 266 | 675 | 9 |
| Ristoranti, pizzerie, bar, pub e gelaterie | 3.327 | 264 | 266 | 172 | 515 | 1.479 | 2.696 | 631 |
| Cinema | 22 | 0 | 4 | 1 | 2 | 10 | 17 | 5 |
| Discoteche e sale da ballo | 73 | 6 | 4 | 11 | 13 | 28 | 62 | 11 |
| Parchi di divertimento | 17 | 3 | 1 | 3 | 5 | 5 | 17 | 0 |
| Stadi e altri impianti sportivi | 54 | 2 | 4 | 8 | 8 | 21 | 43 | 11 |
| Palestre | 46 | 2 | 3 | 2 | 8 | 22 | 37 | 9 |
| Agenzie di scommesse e case/sale gioco/ Centri per il benessere fisico | 183 | 17 | 11 | 10 | 23 | 97 | 158 | 25 |
| Trasporti e comunicazioni | 1.448 | 64 | 82 | 88 | 136 | 587 | 957 | 491 |
| Tour Operator e agenzie di viaggio/di prenotazione | 228 | 15 | 23 | 4 | 35 | 132 | 209 | 19 |
| Imprese Turistiche | 16.389 | 1.404 | 1.447 | 716 | 2.488 | 7.481 | 13.536 | 2.853 |
| Imprese Totali | 44.221 | 2.946 | 2.894 | 1.846 | 5.498 | 19.288 | 32.472 | 11.749 |
| % Imprese Turistiche sul totale | 37,1% | 47,7% | 50,0% | 38,8% | 45,3% | 38,8% | 41,7% | 24,3% |

Fonte: Camera di Commercio di Rimini, 2013b

IL LAVORO NEL TURISMO

1

OCCUPAZIONE, DOMANDA DI CAPITALE UMANO E STAGIONALITÀ NELL'INDUSTRIA TURISTICA RIMINESE. LA POPOLAZIONE DI RIFERIMENTO

ANNO 2013

In termini occupazionali il turismo rappresenta il primo settore dell'economia riminese, fonte di reddito per i residenti, motivo di attrazione per numerosi immigrati e fattore di innalzamento del tasso di occupazione grazie alla rilevante componente femminile e giovanile tra gli occupati del settore. Nel 2012 le imprese appartenenti al settore turistico occupavano il 25,8% di tutti gli addetti delle imprese private della provincia (Camera di Commercio, 2012).

Si tratta di un settore che evidenzia altresì un'elevata propensione ad assumere, prevalentemente in forma temporanea e durante i mesi estivi. Oltre la metà delle assunzioni (c.d. avviamenti) registrate nel 2012 (54.929 su 106.759 pari al 51,4%,) sono state effettuate da alberghi e ristoranti, la maggior parte dei quali all'inizio del trimestre estivo.

Tabella 6

Avviamenti registrati in provincia di Rimini mensilizzati per settore economico.
Valori percentuali.

| Macro-settore | Gen | Feb | Mar | Apr | Mag | Giu | Lug | Ago | Set | Ott | Nov | Dic | Valori assoluti annui |
|-------------------|------|-----|------|------|------|------|------|-----|------|------|-----|-----|-----------------------|
| Agricolt., pesca | 32,4 | 4,8 | 9,0 | 9,2 | 10,0 | 6,9 | 5,2 | 4,7 | 4,4 | 5,4 | 4,3 | 3,6 | 2.552 |
| Industria | 12,5 | 7,4 | 11,3 | 10,1 | 9,2 | 12,0 | 9,1 | 4,3 | 6,7 | 8,7 | 5,4 | 3,3 | 4.237 |
| Costruzioni | 11,6 | 6,0 | 10,6 | 8,2 | 9,6 | 9,2 | 7,4 | 3,8 | 11,0 | 12,5 | 6,8 | 3,4 | 3.040 |
| Commercio | 7,6 | 5,2 | 9,1 | 12,2 | 10,8 | 18,6 | 10,3 | 4,9 | 5,1 | 6,3 | 5,8 | 4,1 | 8.074 |
| Alberghi, ristor. | 3,0 | 2,1 | 8,9 | 16,8 | 13,2 | 26,1 | 10,9 | 4,2 | 3,6 | 4,1 | 2,4 | 4,6 | 54.929 |
| Altri servizi | 8,9 | 5,5 | 8,2 | 8,8 | 10,8 | 14,1 | 8,5 | 4,8 | 10,3 | 8,0 | 6,6 | 5,6 | 33.911 |
| Totale | 6,6 | 3,8 | 8,9 | 13,2 | 11,9 | 20,2 | 9,8 | 4,4 | 6,2 | 6,0 | 4,3 | 4,8 | 106.743 |

Nota: Per 16 avviamenti non è disponibile il dato corretto relativo al settore.

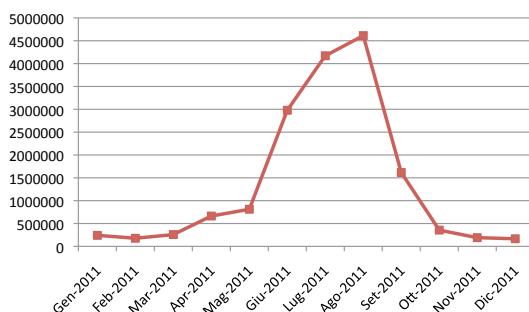
Fonte: Provincia di Rimini, 2013a

L'impatto del turismo sul sistema economico locale e sul mercato del lavoro deve però essere valutato alla luce della natura stagionale del turismo. La stagionalità non è uniforme in tutte le località turistiche, ma si differenzia da una località all'altra per forma e intensità. In particolare, sono stati identificati due possibili sentieri che il fenomeno può assumere, distinguendo tra stagionalità a uno o a due picchi. La stagionalità a un picco rappresenta la situazione tipica delle località balneari e contraddistingue anche la provincia di Rimini. Si tratta di una forma estrema di

stagionalità, riconducibile ai casi in cui i turisti si concentrano essenzialmente in un determinato periodo dell'anno associata a una stretta corrispondenza tra sentiero stagionale della domanda nel paese di origine e stagionalità dell'offerta a destinazione. La rappresentazione grafica dei dati mensili del 2011 relativi alla provincia di Rimini (ISTAT, 2012) conferma un'accentuata stagionalità che esibisce un picco in corrispondenza del mese di agosto (Figura 8), in linea con il contesto italiano il cui turismo di quel mese è prevalentemente balneare e condizionato dal rallentamento delle altre attività economiche, che stimola la domanda.

Figura 8

Numero di presenze nelle strutture ricettive della provincia di Rimini - dati 2011 mensilizzati



Fonte: ISTAT, 2012

Alberghi, ristoranti e pubblici esercizi riminesi mantengono quindi la loro prerogativa di attività stagionali caratterizzate da una notevole diffusione di forme di lavoro temporaneo. Se si esclude l'estate del 2009, l'andamento delle assunzioni stagionali³ nel turismo mostra un trend crescente che ha contribuito in modo determinante a sostenere la dinamica occupazionale in provincia di Rimini. I nuovi rapporti lavorativi riconducibili alle attività turistiche sono passati dalle 34.334 unità del 2008 alle 33.607 del 2009 per poi crescere nei due anni seguenti sino a superare le 37mila assunzioni nel 2011 e le 40mila nel 2012 (con una quota di contratti part-time del 26,5%, in aumento dell'1,3% nel 2011), con una variazione positiva del 9,2% rispetto al 2011, superiore a quella delle assunzioni complessive (+4,1%) e pressoché identica all'incremento del settore "turismo e ristorazione" per l'intero 2012 (+ 9,4%). Nel 2012, pertanto, le assunzioni stagionali nel turismo hanno rappresentato ben il 73% dei 54.929 avviamenti del settore e il 37,9% dei 106.759 avviamenti complessivi, registrati sul territorio provinciale. Due terzi di questi sono stati realizzati dalle strutture ricettive; comparto in cui nello stesso periodo solo il 2,4% di assunzioni è stato a tempo indeterminato.

Se però si guarda alle persone assunte per la stagione turistica sul territorio provinciale e non ai rapporti di lavoro instaurati, eliminando le duplicazioni derivanti dal fatto che un lavoratore (c.d. avviato) può far registrare più avviamenti nel periodo considerato, e che pertanto il dato delle assunzioni (avviamenti) non coincide con

3 - La collocazione temporale degli avviamenti stagionali va dal primo aprile al 15 agosto di ogni anno.

il dato delle persone assunte (avviati)⁴, esse sono state 28.681 nel 2012; un valore questo di poco superiore a quello dell'anno precedente (+0,7%) un aumento sensibilmente inferiore alla variazione annua degli avviamenti (+ 9,2%) a documentare che gli avviamenti aumentano più delle persone assunte e quindi un maggior turn-over nel posto di lavoro.

All'interno di tale popolazione di lavoratori i nuovi occupati stagionali si caratterizzano per la prevalenza della componente femminile, rappresentante circa il 58% degli avviati al lavoro stagionale nel 2012, e dei giovani con meno di 34 anni (il 52,4% dei nuovi assunti). Rilevante è anche il peso dei cittadini stranieri, quasi il 37% dei nuovi assunti stagionali, e dei lavoratori provenienti da altre province, rappresentanti a loro volta circa un terzo della popolazione di riferimento (Provincia di Rimini, 2013a).

Tabella 7

Avviati stagionali nel turismo nel 2012 suddivisi in base al genere

| | Valori assoluti | % | Variazione 2012 |
|---------------|-----------------|---------------|-----------------|
| Maschi | 12.087 | 42,1% | |
| Femmine | 16.594 | 57,9% | |
| Totale | 28.681 | 100,0% | |

Fonte: Provincia di Rimini, 2013a

Tabella 8

Avviati stagionali nel turismo nel 2012 suddivisi per classe di età

| | Valori assoluti | % | Variazione 2012 |
|-----------------|-----------------|---------------|-----------------|
| 16-24 anni | 7.280 | 25,4% | |
| 25-34 anni | 7.736 | 27,0% | |
| 35-44 anni | 6.541 | 22,8% | |
| 45 anni e oltre | 7.124 | 24,8% | |
| Totale | 28.681 | 100,0% | |

Fonte: Provincia di Rimini, 2013a

Tabella 9

Avviati stagionali nel turismo nel 2012 suddivisi in base alla provincia di residenza

| | Valori assoluti | % | Variazione 2012 |
|-----------------------------------|-----------------|---------------|-----------------|
| Provincia di Rimini | 19.706 | 68,7 | |
| Altra provincia italiana o estero | 8.975 | 31,3 | |
| Totale | 28.681 | 100,0% | |

Fonte: Provincia di Rimini, 2013a

4 - Complessivamente nella Provincia di Rimini gli avviati nel 2012 sono stati complessivamente 63.538 a fronte di 106.759 avviamenti.

Tabella 10

Avviati stagionali nel turismo nel 2012 suddivisi per nazionalità.

| | Valori assoluti | % | Variazione 2012/ |
|-----------|-----------------|--------|------------------|
| Italiani | 18.289 | 63,8 | |
| Stranieri | 10.392 | 36,2 | |
| Totale | 28.681 | 100,0% | |

Fonte: Provincia di Rimini, 2013a

L'incremento dei rapporti di lavoro avviati nel turismo durante l'estate 2012 non trova pertanto corrispondenza nel numero dei nuovi posti di lavoro, rimasto sostanzialmente stabile. La maggioranza dei rapporti di lavoro avviati durante l'anno si conclude, come prevedibile, in breve tempo (la durata effettiva media nel 2012 è stata di 75 giorni a fronte dei 77 giorni del 2011) e solo una piccola quota degli avviamenti è ancora in essere alla fine dell'anno. Un dato che riduce sensibilmente la quota di assunzioni a tempo indeterminato nell'intera provincia: solo il 6,9% nel 2012 (Provincia di Rimini, 2013a).

Tabella 11

Avviati stagionali nel turismo suddivisi per tipo di contratto

| | Valori assoluti | % | Variazione 201 |
|---------------------------|-----------------|--------|----------------|
| Lavoro dipendente a t. d. | 18.289 | 63,8 | |
| Apprendistato | 2.982 | 7,4 | |
| Lavoro intermittente | 13.195 | 32,6 | |
| Altri contratti atipici | 189 | 0,5 | |
| Totale | 28.681 | 100,0% | |

Fonte: Provincia di Rimini, 2013a

Questa tendenza dovrebbe proseguire anche nell'anno in corso: in primo luogo le assunzioni previste dalle imprese del settore "turismo e ristorazione" rappresentano il 77% della domanda di lavoro stagionale prevista per il 2013 in provincia di Rimini e solo il 18% delle assunzioni a tempo indeterminato (Unioncamere, 2013b); in secondo luogo tra i motivi di assunzione nel comparto "altri servizi" in cui ricadono le strutture ricettive e i servizi turistici, si registra la maggior quota associata alla domanda di lavoratori stagionali, che costituisce la causa delle previsioni di assunzione nel 31,2% dei casi a fronte di una media del 27,7%.

Occorre peraltro registrare la crescita significativa del lavoro intermittente nell'ultima stagione (+22,8%), un dato ancora più importante se visto in ottica pluriennale perché tale tipologia di contratto sul totale degli avviamenti è passata dal 2,3% del 2008 al 32,6% del 2012 mentre il contratto di lavoro a tempo determinato è passato dal 89,6% del 2008 al 59,5 del 2012%.

Anche le mansioni associate ai nuovi rapporti di lavoro avviati nella provincia sono soprattutto quelle legate al turismo; le mansioni prevalenti sono tipiche di alberghi, ristoranti e pubblici esercizi: camerieri di sala, baristi, cuochi e aiuto-cuochi, camerieri d'albergo, primi commis e portieri di notte (Provincia di Rimini, 2013a). Queste sette qualifiche e i profili ad esse assimilabili rappresentano oltre il 30% di tutti gli avviamenti registrati nell'ultimo anno a livello provinciale, le mansioni relative ai servizi in generale sono il 44% (contro il 48,1% del 2011).

Tabella 12

Avviamenti stagionali nel turismo in provincia di Rimini nel 2012 suddivisi per qualifica professionale

| | Valori assoluti | % |
|-----------------------------------|-----------------|---|
| Cameriere di sala | 7.217 | |
| Addetto alla pulizia delle camere | 3.115 | |
| Cuoco in alberghi e ristoranti | 2.735 | |
| Barista | 2.674 | |
| Tuttofare/factotum d'albergo | 2.550 | |
| Aiuto cuoco | 2.169 | |
| Donna tuttofare | 1.851 | |
| Aiuto cameriere di sala | 1.602 | |
| Cameriere di albergo | 1.592 | |
| Addetto alla segreteria | 1.227 | |
| Bagnino | 1.076 | |
| Primo commis | 1.029 | |
| Aiuto cameriera ai piani | 853 | |
| Addetto all'accoglienza | 718 | |
| Lavapiatti | 713 | |
| Altro | 9.310 | |
| Totale | 40.431 | |

Fonte: Provincia di Rimini, 2013a

Prendendo in esame il livello di istruzione che le imprese del settore turistico indicano come requisito per i nuovi assunti, esso è relativamente basso. Solo nello 0,4 per cento dei casi è richiesta ai nuovi assunti un'istruzione corrispondente al livello universitario (Unioncamere, 2013b) rispetto a una media provinciale calcolata su tutti i settori del 3,0%, dato peraltro in crescita rispetto al 2012 (0,1%). Sono invece in peggioramento le prospettive per i diplomati: la quota delle imprese che richiedono un titolo di scuola secondaria (26,3%) o un livello di formazione equivalente (29,6%) è inferiore alla quota prevista dalla generalità del mercato del lavoro provinciale (rispettivamente 35,5% e 39,2%) e in forte calo rispetto all'anno

precedente (rispettivamente 44,3% e 51,1%). Se ci limitiamo alle sole assunzioni stagionali la quota per le quali è richiesta la laurea o il diploma è ancora più ridotta: 22,6% a fronte di un dato provinciale del 28,8%.

Così, se da un lato la presenza di una forte economia del turismo a carattere stagionale ha permesso anche ai segmenti più deboli sul mercato di accedere a un lavoro retribuito, svolgendo altresì una funzione di ammortizzatore sociale durante la crisi (Provincia di Rimini, 2013a), dall'altro lato un settore turistico a marcata stagionalità, unitamente alla ridotta dimensione media d'impresa, tende a creare coorti di lavoratori sprovvisti di alcuna tutela e scarsamente qualificati: al 51,2% dei nuovi assunti nel 2013 le imprese turistiche non prevedono di richiedere alcuna esperienza specifica (48,4% il dato generale), mentre al 61,3% delle assunzioni previste dalle imprese per il 2013 non è associata alcuna formazione specifica ricevuta in precedenza dal lavoratore (Unioncamere, 2013b).

Questa minore domanda di capitale umano si riverbera sulla propensione delle imprese a erogare formazione ai nuovi assunti: nel 2012 solo il 17,4% delle imprese turistiche ha erogato formazione ai propri dipendenti, a fronte di una media del 28,0%; mentre il 13,1% dei dipendenti ha partecipato a corsi di formazione erogati dalla propria impresa, contro il 29,9% del totale dei dipendenti delle imprese intervistate (Unioncamere, 2013b). Più ridotta la differenza per quanto concerne tirocini e stage, i quali sono stati svolti nel 14,4% delle imprese rispetto a un dato provinciale del 18,7%.

A differenza del panorama nazionale, questi dati non si traducono tuttavia in una maggiore facilità di reperimento dei lavoratori da assumere: la quota di assunzioni di difficile reperimento nel settore "turismo e ristorazione" è leggermente superiore a quella riferita alla generalità delle imprese (9,5% contro 9,2%). La stagionalità può aver giocato un ruolo anche sotto questo profilo, contribuendo ad aggravare i costi a carico delle imprese nella fase di reclutamento dei lavoratori.

Più in generale, infine, la stagionalità acuisce i rischi di mismatch tra competenze richieste e competenze espresse, impattando negativamente sulle motivazioni intrinseche ed estrinseche dei lavoratori. La conseguenza è il rischio di una perdita di produttività del lavoro in un settore già afflitto da livelli di produttività dei fattori piuttosto bassi⁵. Per questo motivo nel questionario somministrato ai lavoratori stagionali è stata introdotta una nuova sezione dedicata al rapporto con il datore di lavoro, finalizzata a cogliere le motivazioni della scelta lavorativa e il grado di identificazione del lavoratore con l'impresa.

5 - In questo senso la stagionalità è considerata una criticità anche dal lato dell'offerta. Tra gli elementi che possono ostacolare le scelte di dimensionamento e ridurre il rendimento del capitale investito, rientra, infatti, l'esigenza di reclutare lavoratori stagionali per i periodi di picco. Essa rende difficoltosa la scelta del dimensionamento ottimo per le imprese, fa lievitare i prezzi anche per i residenti, determina bassi rendimenti sul capitale investito rendendo più rischiosa l'attività e più difficile e costoso l'accesso al capitale di credito, può ridurre il livello di soddisfazione dei turisti a causa del sovraffollamento.

RISULTATI DELL'INDAGINE

LA METODOLOGIA

1. Ambito e obiettivi dell'indagine

L'indagine si è posta come obiettivo generale quello di fornire un quadro aggiornato del fenomeno del lavoro stagionale nel settore turistico riminese sotto quattro profili.

- Il primo riguarda l'interazione tra lavoratore e datore di lavoro durante il processo di selezione rispetto al canale di reclutamento e agli altri fattori rilevanti ai fini dell'assunzione.
- Il secondo attiene alla dotazione di capitale umano, al fabbisogno di competenze percepito e alla diponibilità a partecipare a programmi di formazione specifica idonei a soddisfare tale fabbisogno.
- Il terzo si focalizza sul ruolo del lavoro stagionale nella carriera del lavoratore in termini di occupabilità, professionalità, capacità di generare reddito, e sulle relative ripercussioni sulle prospettive di carriera percepite.
- Il quarto rappresenta in forma multidimensionale, facendoli interagire tra loro, gli aspetti soggettivi e motivazionali del lavoro stagionale, fornendo indicazioni utili per quanto concerne le motivazioni sottese alla scelta di svolgere un lavoro stagionale, la soddisfazione per il lavoro, le aspirazioni di carriera, la loro identificazione con l'azienda presso cui lavorano.

I relativi risultati sono analizzati in termini descrittivi e comparati rispetto all'esito delle due precedenti indagini condotte nel 2004 e nel 2008.

Rispetto alle precedenti indagini, inoltre, si introduce un obiettivo specifico riguardo al tema dell'identificazione del lavoratore stagionale con l'azienda in cui lavora, approfondendo in questo senso i possibili effetti del lavoro temporaneo sulla motivazione intrinseca del lavoratore mediante il canale dell'identificazione dello stesso con l'azienda. A questo si accompagna l'analisi delle prospettive di carriera e delle transizioni lavorative associate al lavoro temporaneo sulla base dei percorsi occupazionali dei lavoratori temporanei in modo da cogliere le possibili implicazioni del lavoro temporaneo per la carriera del lavoratore in una provincia a vocazione turistica e ad elevata stagionalità quale quella riminese.

2. Metodologia dell'indagine

Per comprendere gli aspetti più significativi del rapporto di lavoro stagionale la stesura del questionario è stata preceduta da due focus group: uno con un gruppo di imprenditori locali ed uno con una rappresentanza delle parti sociali e delle istituzioni locali.

Ogni focus group è iniziato chiedendo agli interlocutori di descrivere alcuni "inci-

denti critici” ovvero fatti realmente accaduti, con riferimento specifico ai rapporti di lavoro stagionale, che hanno destato problemi nella gestione dell’impresa turistica o nella gestione del rapporto di lavoro.

Quanto emerso nei due incontri si è rivelato molto prezioso per l’impostazione dell’indagine, soprattutto perché ha documentato una grande distanza tra i due gruppi nella percezione del fenomeno del lavoro stagionale.

Mentre i datori di lavoro, con accentuato pragmatismo, sono preoccupati di un deperimento in termini di qualità dello stock di capitale umano a cui attingere per far funzionare al meglio la propria attività imprenditoriale, gli altri interlocutori tendono maggiormente ad avere una visione di sistema che da un lato tuteli il lavoratore, ma dall’altro tenga in considerazione le dinamiche economiche del territorio nel suo complesso.

In altri termini gli imprenditori lamentano una calante disponibilità del lavoratore stagionale di provenienza del territorio a lavorare in determinati orari della giornata o della settimana, un grado di aspettative economiche e di sviluppo non allineate con le possibilità dell’impresa, una bassa disponibilità ad imparare dall’imprenditore stesso le pratiche del lavoro. Sul fronte delle regole inoltre appare burocratico e non adeguato l’impianto normativo che va dall’attivazione del contratto alla codifica delle competenze e dei livelli professionali.

Per contro le istituzioni e le rappresentanze sindacali cercano di individuare le azioni di sistema che possano favorire la fidelizzazione al posto di lavoro ed al territorio, la crescita professionale del lavoratore, una maggiore stabilità nel tempo del rapporto di lavoro. Non ultimo si cerca di comprendere gli effetti della crisi nel suo complesso su questa specifica fattispecie di rapporto di lavoro in modo da verificare se la scelta di un impiego stagionale è una scelta libera del lavoratore ovvero una necessità dovuta alla precarizzazione di impieghi in altri settori.

A partire da queste suggestioni è stato predisposto il questionario, il quale si articola in cinque sezioni. La prima sezione riguarda le caratteristiche del datore di lavoro. La seconda sezione descrive il processo di selezione, il posto di lavoro occupato e i principali elementi contrattuali, con l’esclusione del profilo salariale. Tali elementi sono integrati da alcune informazioni sulla precedente carriera del lavoratore. La terza sezione inquadra il lavoratore sotto il profilo della sua dotazione di capitale umano, del suo fabbisogno formativo e della sua disponibilità a partecipare a programmi di formazione. La quarta sezione misura il grado di identificazione del lavoratore con l’azienda presso cui opera. La quinta sezione comprende i dati anagrafici e il livello di istruzione del lavoratore. Il questionario include in prevalenza risposte chiuse, talvolta integrate da domande aperte di approfondimento delle prime ed esplicative di situazioni specifiche. Le domande delle prime tre sezioni del questionario sono comparabili nella forma e nel contenuto a quelle della precedente indagine del 2008, e in taluni casi con l’indagine del 2004, così da consentire un confronto intertemporale delle risposte ricevute. Per la parte riferita alla carriera del lavoratore e alla formazione ricevuta, nonché alla sua disponibilità ad investire ulteriormente in formazione, la comparazione è stata possibile anche rispetto alla prima indagine condotta, nel 2004.

Il questionario è stato somministrato a 619 lavoratori stagionali. Le interviste sono state svolte nel periodo 20/06/2013-10/08/2013 utilizzando vari canali

- mediante la somministrazione di questionari in forma diretta presso le imprese turistiche;
- mediante la somministrazione di questionari in forma diretta ai partecipanti ai corsi di formazione previsti dal contratto d'apprendistato;
- compilazione del questionario rilasciato presso il Centro per l'impiego

Si tratta di lavoratori attivi in diversi comparti del settore turistico riminese di diversa estrazione sotto il profilo anagrafico e di livello di istruzione, con una prevalenza di giovani al di sotto dei 25 anni e di donne. Le caratteristiche degli intervistati sono più dettagliatamente descritte in appendice, altresì raffrontandole con il dato provinciale relativo agli avviamenti nel settore turistico nel 2012.

Di seguito sono riportati i risultati dell'indagine.

INTERAZIONE TRA LAVORATORE E DATORE DI LAVORO

Il primo aspetto analizzato è quello del percorso di ricerca del lavoro e delle modalità selezione da parte delle imprese. In tempi di crisi economica i canali formali di ricerca del lavoro divengono meno efficaci rispetto ai meccanismi relazionali di reclutamento: si amplificano cioè gli effetti dei canali informali, aumenta la rilevanza delle conoscenze dirette per agevolare l'ingresso nei mercati del lavoro. I risultati dell'indagine indicano che le "segnalazioni di terzi" e il "supporto dei genitori" sono indicati da oltre la metà del campione infatti il 55% è ricorso a tali canali di reclutamento. Ad essi si aggiunge circa un quarto del campione (23,1%) che si è rivolto al futuro datore di lavoro per iniziativa personale, mediante ricerca porta a porta (14,7%) o inviando il curriculum direttamente all'azienda (6,5%, pari al 76,9% di coloro che hanno trovato lavoro inviando il curriculum via internet). Residuale è il ruolo dei canali istituzionali, quali scuole e centri per l'impiego (6,3% in totale), o comunque formali, quali agenzie private, associazioni e annunci su giornali (12,5%, includendo coloro che hanno inviato il curriculum via internet alle associazioni di categoria). Le percentuali non si discostano in modo sostanziale da quelle rilevate nel 2008, salvo per il ridimensionamento del ruolo dei genitori, presumibilmente legato all'incremento dell'età mediana degli intervistati.

Figura 9
Modalità di ricerca del lavoro

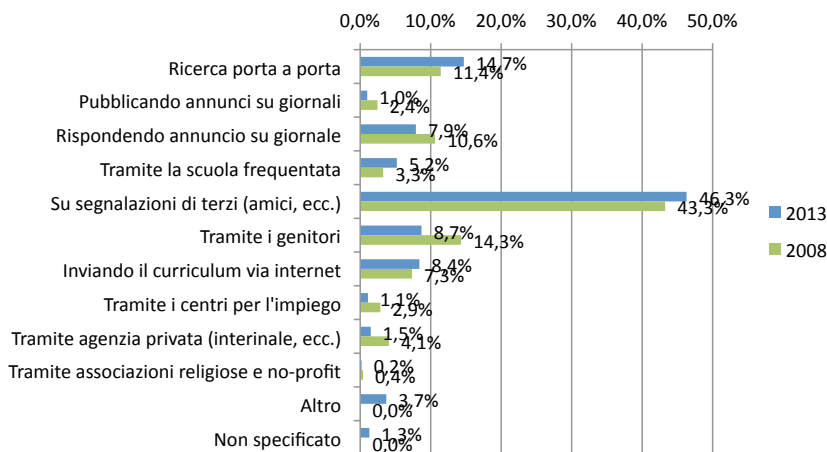
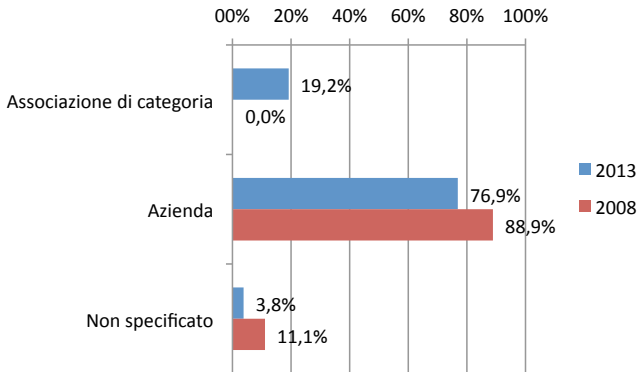


Figura 10

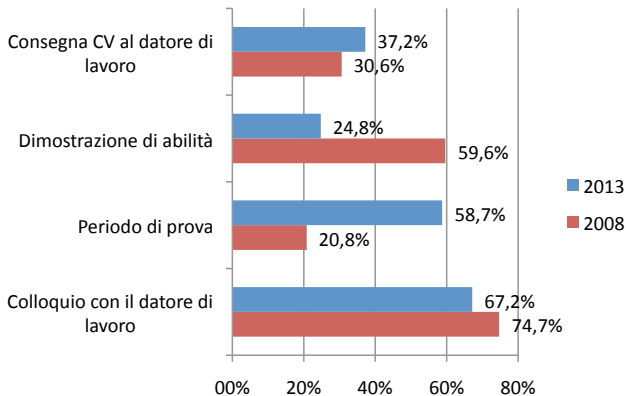
Destinatario del CV inviato via internet



Il processo di selezione si svolge tipicamente mediante un colloquio con il datore di lavoro (67,2%) seguito da un breve periodo di prova (58,7%). Meno frequente è la sottoposizione del candidato a una prova di abilità (24,8%). A circa un terzo del campione è stato inoltre chiesto di consegnare il proprio curriculum al momento dell'assunzione. Il confronto con il 2008 evidenzia la crescente propensione dei datori di lavoro a chiedere lo svolgimento di un breve periodo di prova, facendo venire meno l'esigenza di chiedere al lavoratore di dimostrare le proprie abilità al momento della selezione.

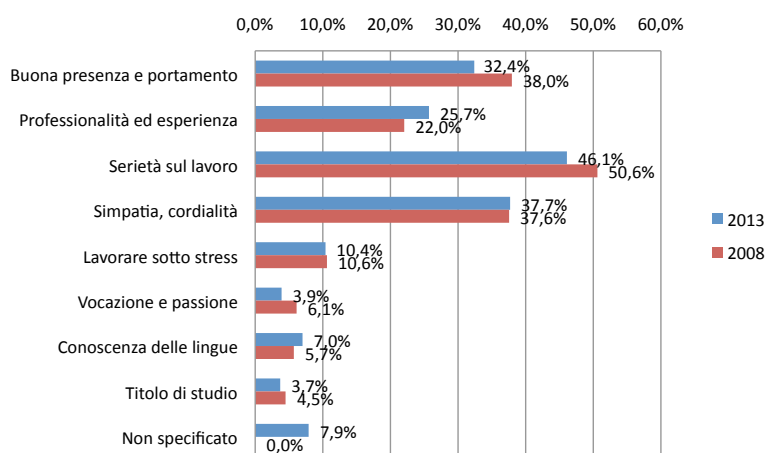
Figura 11

Modalità di selezione



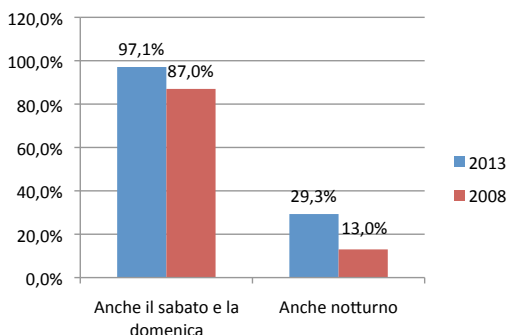
La percezione dei lavoratori circa i fattori alla base della decisione del datore di lavoro di assumerli evidenzia la predominanza dei caratteri personali e delle competenze relazionali del lavoratore rispetto alla sua professionalità ed esperienza, ovvero al suo livello di istruzione. Tra tali caratteri, la serietà è uno dei due fattori determinanti per il 46,1% degli intervistati, seguita da simpatia e cordialità (37,7%) e da buona presenza e portamento (32,3%). Secondo i lavoratori, poco più di un terzo delle assunzioni sono influenzate dalla professionalità e dall'esperienza del candidato (25,7%), dalla conoscenza delle lingue (7,0%) e dal titolo di studio (3,7%). Si tratta comunque di percentuali in leggero aumento rispetto all'indagine del 2008 che attribuiva un peso ancora maggiore alle componenti morali, estetiche e relazionali.

Figura 12
Fattori rilevanti ai fini dell'assunzione



Per quanto riguarda l'impegno lavorativo, l'orario di lavoro risulta essere particolarmente impegnativo per il lavoratore. Il lavoro nel weekend riguarda la quasi totalità del campione (97,1%), mentre il lavoro notturno più che raddoppia, interessando oltre un quarto del campione (29,3%).

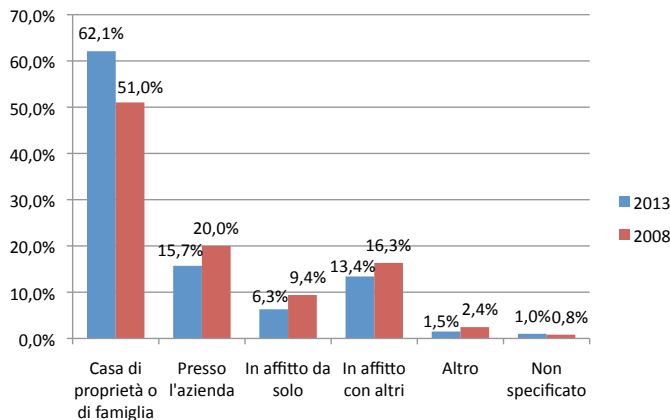
Figura 13
Estensione del tempo di lavoro



Per effetto di tale impegno lavorativo, la fruizione del pasto gratuito in azienda si conferma piuttosto diffusa, beneficiandone oltre il 64% del campione, anche se la frequenza relativa è in calo rispetto al 2008 (-12%). Accanto all'esigenza del vitto, l'indagine affronta il problema dell'alloggio degli stagionali. Mentre la componente residente beneficia in prevalenza della disponibilità di una casa di proprietà o di famiglia (il 62,1% che vive in casa di proprietà o di famiglia è composto per l'88% da lavoratori residenti in provincia di Rimini, un dato in aumento rispetto al 2008), la componente non residente trova prevalentemente sistemazione in azienda (i tre quarti dei non residenti, pari al 16% dei lavoratori, alloggia in azienda). La scelta di vivere in affitto, in condivisione (13,4%) o da solo/a (6,3%), è invece effettuata da lavoratori sia residenti, sia non residenti, equamente distribuiti quando si trovano nella condizione di inquilini.

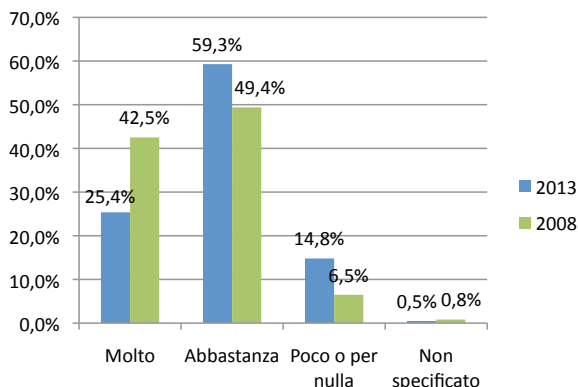
Figura 14

Titolo di disponibilità dell'alloggio durante il periodo di lavoro



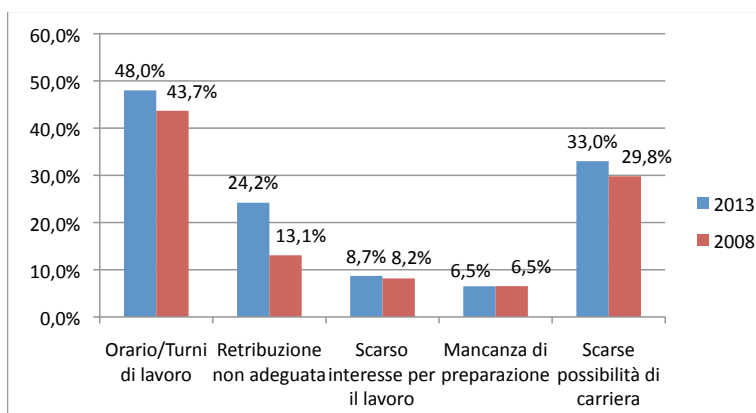
Il profilo dei posti di lavoro ci consente di apprezzare l'autovalutazione degli intervistati in termini di fattori di soddisfazione/insoddisfazione del lavoro svolto. I lavoratori risultano nel complesso soddisfatti del posto di lavoro: l'85% circa degli intervistati, infatti, si dichiara molto o abbastanza soddisfatto del lavoro svolto. Il dato è tuttavia in diminuzione rispetto al 2008, anno in cui il 93% esprimeva soddisfazione per il lavoro. Anche la diversa modulazione delle risposte positive segna un peggioramento: i "molto" quasi si dimezzano passando dal 42,4% al 25,4%, solo parzialmente compensati dall'incremento del 10% degli "abbastanza". Questa tendenza è in parte imputabile alla retribuzione, in relazione alla quale il 30% si dichiara insoddisfatto, a fronte del 15% dichiarato dal campione del 2008, e in parte al gravoso impegno lavorativo richiesto dalle aziende agli stagionali: tutti i 91 lavoratori che si dichiarano poco o per nulla soddisfatti devono lavorare anche nel weekend.

Figura 15
Soddisfazione per il posto di lavoro



Invero, andando a indagare i fattori di insoddisfazione per il lavoro svolto, o meglio a ciò che piace meno del lavoro svolto, si riscontra come la criticità prevalente sia rappresentata dai turni di lavoro, ritenuti gravosi dal 48% del campione, e come rilevante sia la quota di coloro che ritengono la retribuzione non adeguata (24,1%). C'è poi un terzo del campione (33%) che lamenta le scarse possibilità di carriera, in aumento anch'essa rispetto al 2008, questione che ormai costituisce una criticità a sé stante anche in forza del peggioramento delle prospettive di transizione verso un lavoro stabile.

Figura 16
Cosa non ti piace o ti piace meno del tuo lavoro (max due risposte)



FABBISOGNO FORMATIVO E DISPONIBILITÀ AD INVESTIRE IN CAPITALE UMANO

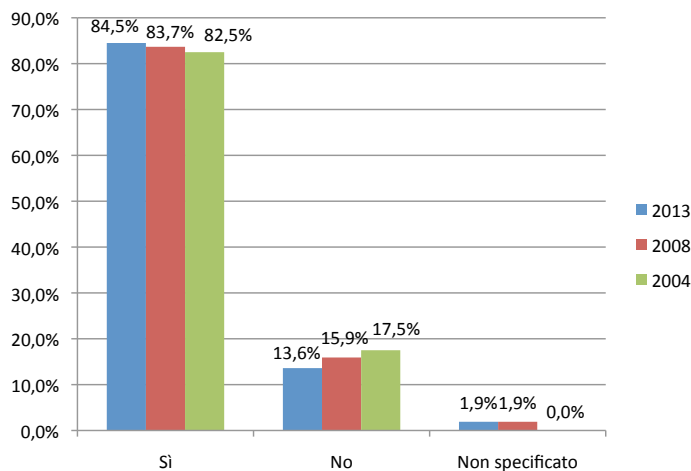
Dopo aver analizzato il percorso di accesso al lavoro, l'indagine apre un focus sulla dotazione di capitale umano degli stagionali, sul loro fabbisogno formativo e sulla loro disponibilità ad intraprendere ulteriori percorsi di formazione specifica, eventualmente facendosi carico di una parte del relativo costo.

Nell'industria turistica riminese, caratterizzata da una rilevante componente straniera della domanda, la conoscenza delle lingue straniere costituisce una competenza critica, che entra in gioco, come abbiamo visto, anche nel processo di selezione.

La conoscenza delle lingue rappresenta così un elemento distintivo del campione: l'85% conosce almeno una lingua straniera (nel 2008 erano l'84% e nel 2004 l'83%), e di questi oltre la metà conosce almeno due lingue (nel caso di lavoratori con genitori stranieri si include la lingua di un genitore quale lingua straniera conosciuta).

Figura 17

Conoscenza di almeno una lingua straniera



Tra coloro che conoscono almeno una lingua, quella conosciuta in prevalenza è l'inglese (70,6%), seguito dal francese (25,2%) e dallo spagnolo (15,7%). Le variazioni rispetto all'indagine precedente risentono principalmente dell'evoluzione della componente straniera in termini di paese d'origine, nonché della mutata domanda turistica: si diffonde la conoscenza del russo (+5%), entra il moldavo, si riduce la percentuale di coloro che conoscono l'albanese (-2%). Aumenta inoltre

la quota di chi conosce lo spagnolo (+8%), mentre diminuiscono i lavoratori che conoscono il tedesco (-4%).

All'affermazione di conoscere una lingua, tuttavia, non necessariamente corrisponde la capacità di sostenere una conversazione e di scrivere una lettera: il 75% del campione e l'89% di chi conosce almeno una lingua dichiara di poter sostenere una conversazione in una lingua straniera conosciuta, mentre il 63,4% degli intervistati e il 75% di chi conosce almeno una lingua dichiara di saper scrivere correttamente una lettera in lingua straniera.

Tabella 13

Principali lingue straniere conosciute

| Lingua straniera | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide |
|------------------|------------------------|--------------------------------|
| Inglese | 70,6% | 85,5% |
| Francese | 25,2% | 30,6% |
| Spagnolo | 15,8% | 19,0% |
| Tedesco | 8,4% | 10,2% |
| Russo | 7,4% | 9,0% |
| Rumeno | 3,9% | 4,7% |
| Albanese | 1,8% | 2,2% |
| Polacco | 1,5% | 1,8% |
| Portoghese | 1,1% | 1,4% |
| Arabo | 1,0% | 1,2% |
| Moldavo | 0,8% | 1,0% |

Tra le competenze trasversali, accanto alla conoscenza delle lingue straniere, troviamo le conoscenze informatiche di base. Queste sono possedute dall'89,3% del campione, in aumento rispetto al 2008, anno in cui l'84% del campione dichiarava di saper usare il computer. Ampia è la varietà di programmi conosciuti da questi lavoratori: accanto alla conoscenza del pacchetto Office e dei suoi programmi principali, word, excel e powerpoint, la cui conoscenza risulta essere piuttosto diffusa, sebbene non uniforme (powerpoint è conosciuto dal 25% di chi ha conoscenze informatiche, mentre word da oltre la metà), troviamo una quota significativa del campione che dichiara di conoscere programmi di disegno e programmi gestionali per alberghi (rispettivamente conosciuti dal 17% e dal 3% di chi ha conoscenze informatiche di base).

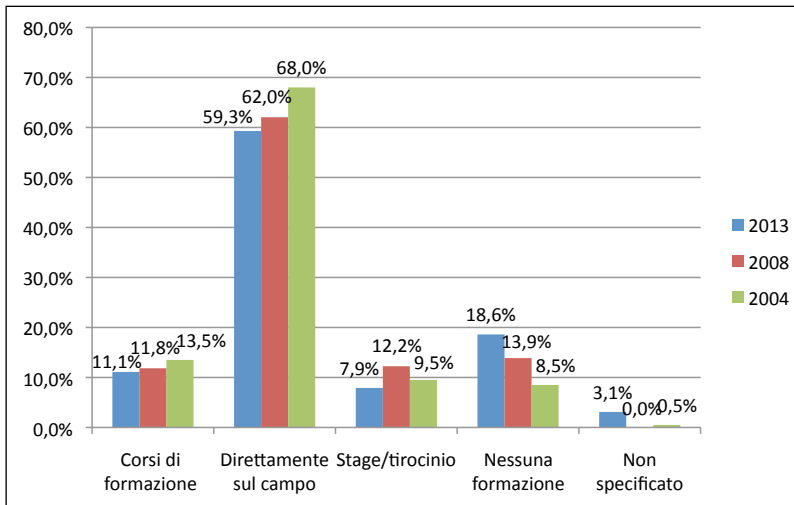
Tabella 14

Principali programmi informatici conosciuti

| Programma | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide |
|------------------------|------------------------|--------------------------------|
| Word | 60,3% | 86,5% |
| Excel | 43,3% | 62,1% |
| Powerpoint | 5,4% | 7,8% |
| Photoshop | 0,9% | 1,3% |
| Autocad | 9,8% | 14,0% |
| Illustrator | 1,3% | 1,8% |
| Hotel 2000 | 28,3% | 40,5% |
| Openoffice/Libreoffice | 2,0% | 2,9% |
| Access | 0,7% | 1,0% |

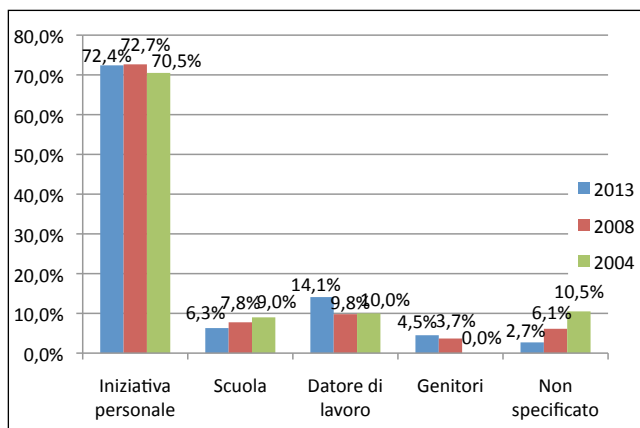
Passando alla formazione di tipo specifico, riferita al lavoro svolto, essa può essere erogata principalmente in tre modalità: mediante corsi erogati al di fuori dell'azienda (off-the-job training); mediante attività di stage/tirocinio, in relazione alla quale il lavoratore sopporta una parte del costo della formazione ricevuta (poiché rinuncia a percepire un salario); mediante attività di affiancamento e supporto nello svolgimento dell'attività lavorativa, con il datore di lavoro che si fa carico del relativo costo. Quest'ultima modalità, sebbene non formalizzata, è quella più diffusa tra i lavoratori intervistati, i quali per il 60% circa dichiarano di aver ricevuto, o di stare ricevendo, la loro formazione specifica direttamente sul posto di lavoro (on-the-job training). Circa un quarto di loro dichiara invece di essersi formato partecipando a corsi (11,2%) o svolgendo tirocini/stage in azienda (7,9%). La parte residua del campione dichiara invece di non avere ricevuto (né di stare ricevendo) alcuna formazione specifica. La tendenza rispetto al 2008 e al 2004 è quella di una minore propensione delle imprese a svolgere attività di formazione on-the-job (erano rispettivamente il 62% nel 2008 e il 68% nel 2004). La minore quota di lavoratori formati mediante questo canale è andata a ingrossare le file di chi non ha mai ricevuto alcuna formazione specifica.

Figura 18
Formazione specifica ricevuta



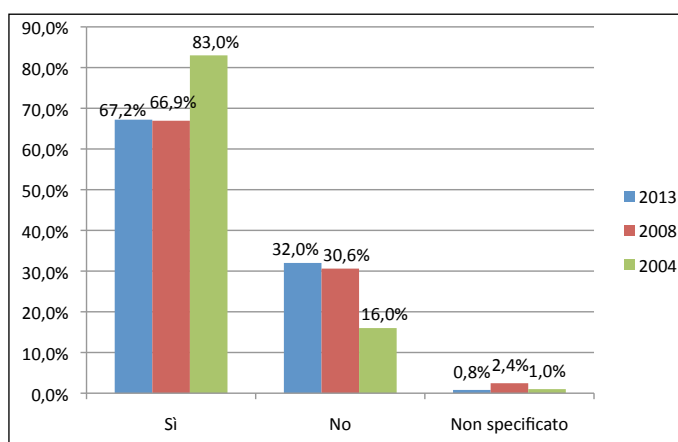
In generale comunque il lavoratore si interessa alla propria formazione professionale. Il 72% ha ricevuto formazione specifica nel corso della sua vita professionale su propria iniziativa, confermando sotto questo profilo le risultanze delle indagini del 2008 e del 2004. Solo nel 14,1% dei casi l'iniziativa è provenuta dal datore di lavoro, benché il dato sia in crescita rispetto al 2008 e al 2004 (+4%). Nella restante parte dei casi la formazione è stata erogata su impulso della scuola (6,3%) o dei genitori (4,5%).

Figura 19
Soggetto promotore dell'attività formativa



La consapevolezza dei lavoratori del ruolo del capitale umano specifico nell'influenzare le loro prospettive occupazionali e la loro capacità di reddito è confermata dall'elevata disponibilità a ricevere formazione off-the-job di natura specifica. Il 67% si dichiara infatti disponibile a seguire corsi di formazione per migliorare la propria capacità/professionalità nell'attuale settore di occupazione o comunque nel settore turistico. Una percentuale sostanzialmente in linea con quella rilevata nel 2008, ma in calo rispetto al 2004.

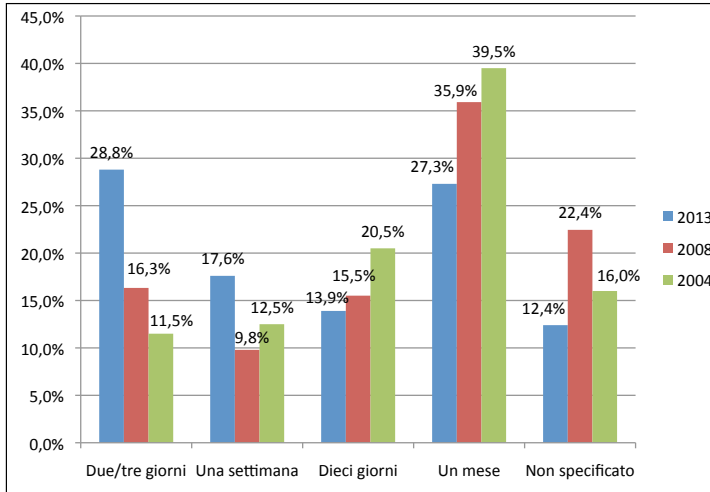
Figura 20
Disponibilità a seguire corsi di formazione specifici



La disponibilità riguarda prevalentemente periodi dell'anno non a ridosso della stagione estiva (59,3%), durante i quali si presume che gli stagionali dispongano di maggiore tempo libero. La durata dell'ipotetico corso dovrebbe peraltro essere limitata: quasi il 50% degli intervistati potrebbe dedicare al massimo una settimana ad eventuali corsi di formazione, evidenziando una minore propensione a dedicare tempo alla formazione rispetto al 2008 e al 2004, anni in cui la maggior parte dei rispondenti era disponibile a seguire un corso di almeno dieci giorni.

Figura 21

Disponibilità a frequentare corsi di formazione specifici in termini di durata



La scarsa disponibilità a partecipare a corsi di formazione durante il periodo estivo si estende anche ai lavoratori part-time, solo un quinto dei quali è disposto a frequentare un corso durante la stagione estiva al di fuori dell'orario di lavoro.

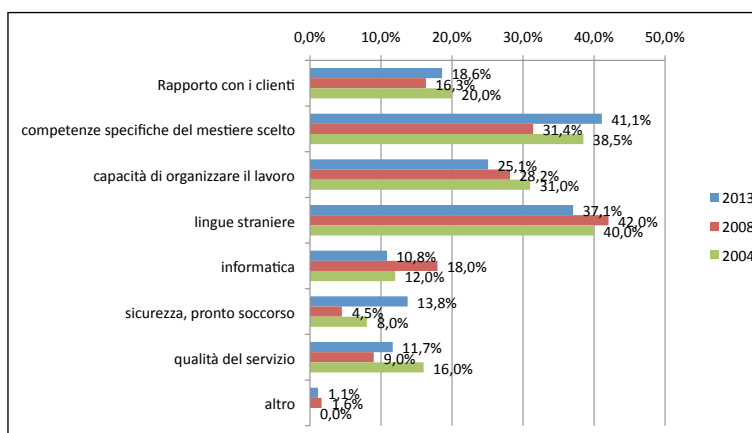
Questa minore propensione a destinare tempo alla formazione è peraltro accompagnata da un incremento degli stagionali disponibili a pagare per frequentare corsi di formazione: il 56% degli intervistati è disponibile a frequentare un corso di formazione a pagamento (+2% rispetto al 2008) e tra questi il 14% manifesta la propria disponibilità indipendentemente dal costo (+5% rispetto al 2008).

I lavoratori residenti fuori provincia manifestano invece una maggiore disponibilità ad anticipare il loro arrivo a Rimini per frequentare un corso di formazione: il 79,3% dichiara che accetterebbe di partecipare a un corso nei giorni precedenti l'inizio del periodo di lavoro, una percentuale sostanzialmente maggiore di quella rilevata nel 2008 (66%). Per il 49% del campione tuttavia tale disponibilità è vincolata al rimborso di tutti i costi associati alla maggiore permanenza che la partecipazione comporterebbe.

Per quanto riguarda infine i contenuti dell'ipotetico corso formativo esso dovrebbe riguardare competenze specifiche utili per la mansione svolta per il 41,1% del campione, valorizzando così l'elemento professionalizzante associato alla formazione

erogata. Non dissimile il criterio utilizzato da quel 37% di lavoratori che ritengono utile un corso di lingue straniere. Quote inferiori di lavoratori esprimono la loro preferenza per competenze gestionali e relazionali: capacità di organizzare il lavoro (25,1%), sapersi rapportare con il cliente (18,6%). Corsi di base inerenti la sicurezza e l'informatica sono invece richiesti da quote di lavoratori comprese tra il 10% e il 15% del campione. Il confronto con l'indagine del 2008 evidenzia una maggiore attenzione degli stagionali alle competenze specifiche della mansione svolta (+10%) e al tema della sicurezza (+9%) a fronte di un calo dell'utilità percepita dei corsi di informatica (-7%) imputabile in parte al parallelo incremento della quota di lavoratori dotati di conoscenze informatiche di base. Rispetto al 2004 emerge invece un calo nella richiesta di skills organizzative (-6%) e commerciali associate alla qualità del servizio (-5%).

Figura 22
Contenuti della formazione richiesta



RUOLO DEL LAVORO STAGIONALE NELLA CARRIERA DEL LAVORATORE

L'analisi del lavoro temporaneo, e stagionale in particolare, dal lato dell'offerta solleva rilevanti problematiche in una prospettiva di lungo periodo, se si prende in esame la carriera del lavoratore, sotto il profilo dell'occupabilità, della professionalità e della capacità di generare reddito.

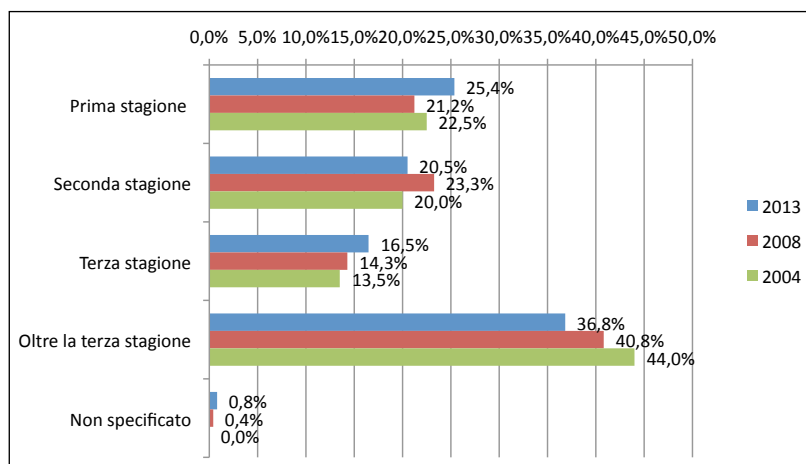
Vero è che il lavoro a termine può essere considerato come una sorta di tappa di avvicinamento al lavoro stabile, in quanto consente l'acquisizione di una prima esperienza lavorativa e sviluppa la professionalità dell'individuo mediante l'attività di formazione sul lavoro (on-the-job training) che un'impresa deve normalmente erogare a un giovane da poco affacciato sul mercato del lavoro. Sebbene inoltre numerosi studi abbiano messo in luce come i lavoratori a termine abbiano una probabilità inferiore di ricevere formazione rispetto ai lavoratori permanenti (Arulam-palam and Booth, 1998; Boheim and Booth, 2004, Bassanini et al., 2007), la formazione ricevuta dagli occupati a termine è comunque superiore a quella ricevuta dai disoccupati o dagli inattivi. Inoltre essere dentro il mercato del lavoro, anche se solo come lavoratore a termine, consente di creare delle reti di contatti che aumentano le probabilità per il lavoratore di trovare un'occupazione stabile (seppure in un altro posto). Nello specifico, il lavoro a termine può essere usato come modalità di selezione dei lavoratori da assumere poi in forma più stabile, anche se al costo di minori investimenti in capitali umano (Booth et al., 2002).

Questi elementi si accompagnano, tuttavia, a un fattore di rischio per il lavoratore: quello di rimanere "intrappolato" (locked in) in un percorso di carriera precario, se non atipico, e di basso profilo professionale e salariale (Farber, 1999), tipico di quel segmento dei mercati del lavoro duali cui appartengono di norma i lavoratori a bassa dotazione di capitale umano più esposti al rischio di disoccupazione in caso di crisi (Dell'Aringa, 2009). Si renderebbe così applicabile al lavoro temporaneo un processo markoviano suscettibile di condurre ad un equilibrio stazionario poco soddisfacente in quanto caratterizzato dalla diffusione di imprese tradizionali e dalla disponibilità di impieghi a basso valore aggiunto. Tutti effetti negativi che sono suscettibili di ripercuotersi anche sulla motivazione intrinseca dei lavoratori. Peraltro i mercati del lavoro duali possono altresì caratterizzarsi per l'esistenza di segmenti peculiari che rappresentano altrettante possibili "nicchie" per i lavoratori, i quali possono così costruirsi percorsi di carriera remunerativi anche in mercati del lavoro caratterizzati da un'elevata precarietà.

Nel caso del lavoro stagionale i mercati del lavoro presentano ulteriori specificità rispetto alla casistica generale del lavoro temporaneo. Da un lato il contratto di lavoro per sua intrinseca natura non porta di norma a un lavoro stabile presso il medesimo datore di lavoro, non fosse altro per il fatto che spesso il datore di lavoro

stesso rimane inattivo durante la bassa stagione. Dall'altro l'offerta di lavoro si contraddistingue per essere composta in maggior parte da individui inattivi. In questo senso il ruolo del lavoro stagionale è anche quello di contrastare l'incremento degli scoraggiati nelle fasce di età giovanili. Alla luce di queste specificità ci siamo quindi proposti di analizzare l'offerta di lavoro stagionale nella provincia di Rimini in una prospettiva di medio-lungo periodo. Da un lato ci siamo chiesti se la condizione di stagionale costituisca una fase di transizione del percorso di carriera dell'individuo che gli consente di accumulare esperienza e formazione specifica, spesso in parallelo a un percorso di istruzione di livello secondario o terziario. Dall'altro lato, invece, abbiamo esaminato quanto tale condizione li esponga al rischio di rimanere "intrappolati" in un segmento marginale del mercato del lavoro con effetti negativi per la sua carriera sia dal punto di vista della remunerazione del capitale umano acquisito, sia dal punto di vista della soddisfazione per il lavoro svolto e dell'identificazione con l'organizzazione per cui lavora. Risultati più esaurienti sotto questo profilo potrebbero essere raggiunti conducendo un'analisi dei percorsi di carriera di un campione di individui che attualmente ricoprono posizioni dirigenziali e ad elevata remunerazione nelle imprese del settore turistico riminese, nonché esaminando i percorsi lavorativi del campione a distanza di 1, 3 e 5 anni per conoscerne l'evoluzione della carriera professionale e, parallelamente, della percezione soggettiva del lavoro svolto e del rapporto con l'impresa presso cui è occupato. In relazione ai dati disponibili, un primo aspetto riguarda la precedente esperienza lavorativa del campione intervistato. Dall'analisi della precedente carriera dei lavoratori stagionali, emerge come questa forma di occupazione continui ad avere caratteri di persistenza: il 75% ha già lavorato come stagionale, il 51% sta svolgendo almeno la terza stagione, e il 37% è almeno alla quarta. Il dato è comunque in leggero calo rispetto al 2008 e al 2004 quando quasi quattro quinti del campione erano almeno alla seconda stagione e oltre il 55% almeno alla terza.

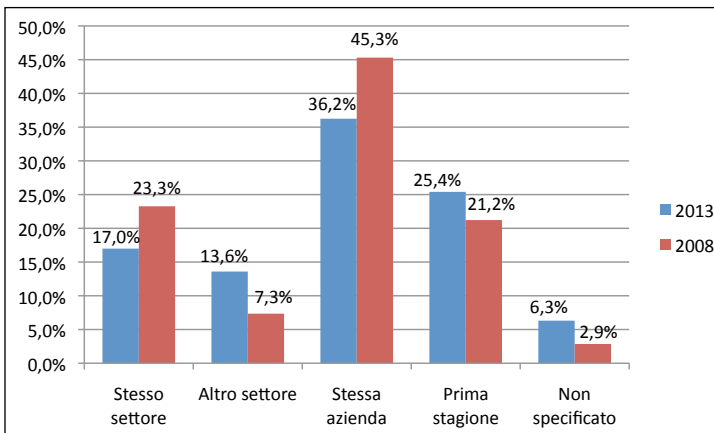
Figura 23
 Numero di stagioni di esperienza lavorativa



Questa continuità (da un anno all'altro) ridimensiona il possibile ruolo del lavoro stagionale come tappa di passaggio, almeno nel breve periodo, e sembra invece evidenziare l'esistenza di un segmento di occupati a sé stante, che si può configurare come stabilmente stagionale. Ma per questi lavoratori, come detto, l'occupazione stagionale può diventare una trappola: perché sussiste una selezione avversa, ma anche perché l'aver svolto lavori a termine per un lungo periodo, talvolta, genera uno stigma, che porta a discriminare tali lavoratori in assenza di informazioni circa le loro qualità (dato che si suppone che la permanenza nel lavoro a termine sia sintomo di minore produttività). Ne deriva l'esistenza di un trade-off: la probabilità di trovare un lavoro permanente cresce con l'esperienza e la durata dei precedenti momenti d'occupazione, ma decresce con l'aumentare del numero di esperienze di lavoro temporaneo, che di per sé non è pregiudizievole per le opportunità di carriera futura, ma lo può essere la sua ripetizione.

A questo dato si accompagna il fatto che l'esperienza è stata maturata nel 57% dei casi nella Provincia di Rimini e che quasi la metà di coloro che sono almeno alla seconda stagione (il 36% del campione) lavora per la stessa azienda dell'anno scorso. Per questi lavoratori si può parlare di una parziale stabilità del posto di lavoro. Se ad essi si aggiungono coloro che continuano a lavorare nel medesimo settore, e che quindi manifestano l'acquisizione di una specifica professionalità rispetto a determinati lavori stagionali, tale categoria di lavoratori diventa pari al 53% dell'intero campione intervistato. La mobilità interaziendale e intersettoriale è comunque cresciuta rispetto al 2008, passando dal 31% al 47% del campione.

Figura 24
Esperienza pregressa come stagionale



Dal punto di vista oggettivo, due variabili rilevanti sono rappresentate dalla condizione occupazionale dell'individuo durante il periodo invernale e dalla sua eventuale precedente condizione di occupato non stagionale. Esse consentono di distinguere il campione in due categorie: da un lato i lavoratori volontari, inattivi d'inverno e senza precedenti esperienze di lavoro non stagionale che sottendono

un'esigenza di maggiore flessibilità legata allo studio o a esigenze familiari; dall'altro ci consente di quantificare gli occupati a termine involontari, in particolare coloro per cui il lavoro stagionale costituisce una soluzione (temporanea) alla perdita del posto di lavoro subito durante la crisi.

Sotto questo profilo l'indagine evidenzia come solo il 21% del campione risulti occupato nel periodo invernale, a fronte di una percentuale del 46% registrata nel 2008 e del 50% nel 2004, mentre, tra coloro che non sono occupati, ben il 42% proviene dalla condizione di disoccupato, una percentuale quasi raddoppiata rispetto al 2008 e ormai quasi pari agli studenti (44% a fronte del 63% del 2008), tradizionale serbatoio del lavoro stagionale nel settore turistico. La parte residuale di coloro che non sono occupati durante l'inverno, composta prevalentemente da casalinghe (7,9%), rimane invece invariata rispetto a cinque anni fa.

Figura 25

Condizione occupazionale durante l'inverno

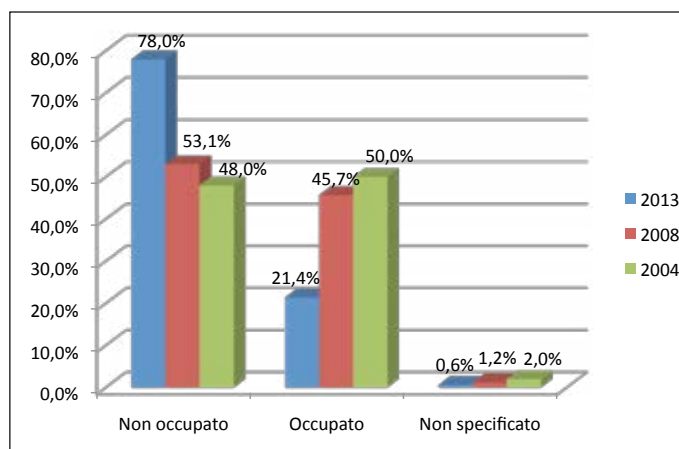
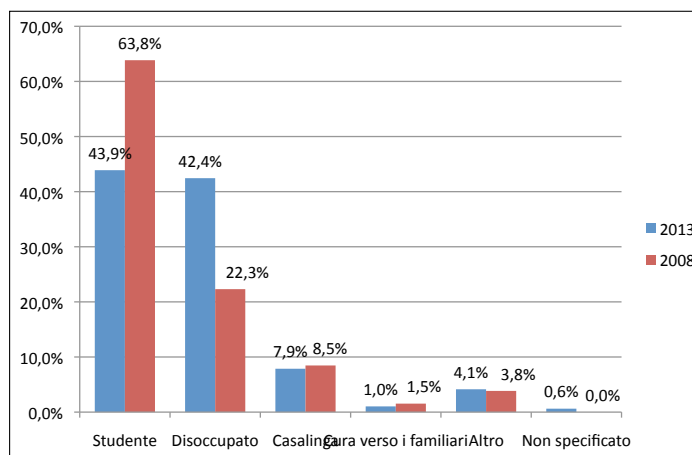


Figura 26

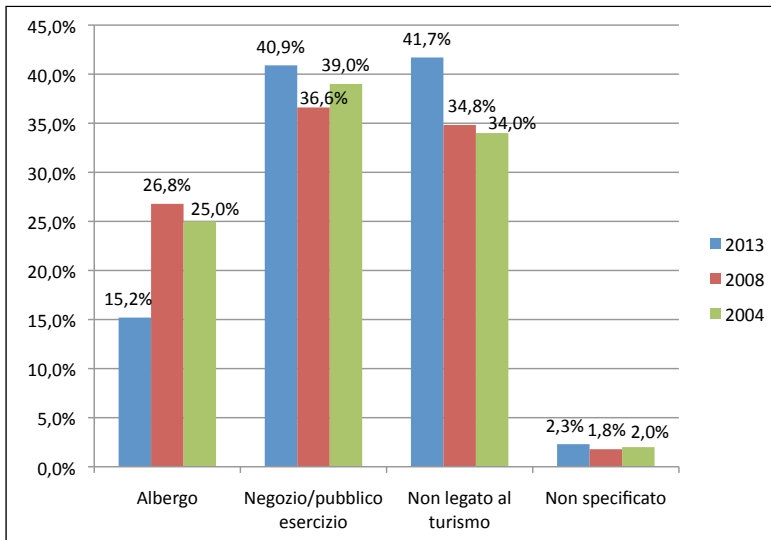
Ripartizione dei lavoratori stagionali non occupati durante l'inverno



Inoltre chi lavora durante l'inverno solo nella metà dei casi lo fa nella provincia di Rimini, configurandosi così l'esistenza di una fascia di lavoratori che trova nei posti di lavori temporanei generati da diversi sistemi economici locali un'opportunità appetibile. Sembra così accentuarsi il carattere dualistico dei mercati del lavoro con i lavoratori temporanei che tendono a collocarsi in una posizione svantaggiata, realizzando percorsi professionali discontinui e determinando una loro sostanziale persistenza in posizioni ai margini del mercato del lavoro primario. Questo anche alla luce del fatto che si riscontra solo una parziale coerenza tra attività lavorativa invernale ed estiva. Poco più della metà, il 55% di coloro che d'inverno lavorano lo fanno in alberghi o pubblici esercizi (nel 2008 erano il 63% e nel 2004 il 64%). Diviene così piuttosto bassa la probabilità di intraprendere una sorta di percorso di carriera per stagionali incentrato sulla professionalità e sul capitale umano specifico acquisito rispetto al settore turistico

Figura 27

Tipologia di datore di lavoro durante l'inverno

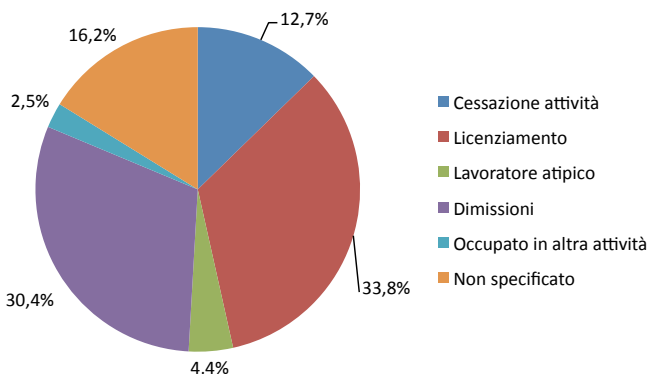


Il dato sulla causa di cessazione dal lavoro non stagionale ci aiuta invece a comprendere il percorso di transizione degli stagionali in una prospettiva ex post. Sotto questo profilo riscontriamo come un terzo degli stagionali precedentemente occupati siano entrati nel mercato del lavoro in questione a seguito di licenziamento. Per essi la scelta di offrire lavoro come stagionali è presumibilmente di tipo involontario e sottende una situazione di crisi del sistema economico locale. A questi vanno aggiunti coloro che dichiarano la cessazione dell'attività precedente, pari al 12,7%. Questo dato si coniuga con la condizione di partenza di disoccupazione di molti lavoratori. Troviamo poi un'altra fascia di lavoratori che si è dimessa dal precedente lavoro (30,4%), cui si aggiunge una quota inferiore di lavoratori provenienti da altri contratti atipici (16%), per i quali si rileva una sostanziale stabilità di condizione occupazionale. Integrando queste informazioni con il dato sulle transi-

zioni successive, sarebbe possibile analizzare anche il tasso di uscita dalla condizione di stagionale, individuando così i percorsi di carriera tipici di questi lavoratori nel contesto riminese. In particolare si potrebbe verificare se e in quale misura il lavoro a termine costituisca una tappa nel percorso verso il lavoro permanente.

Figura 28

Causa di cessazione del lavoro non stagionale

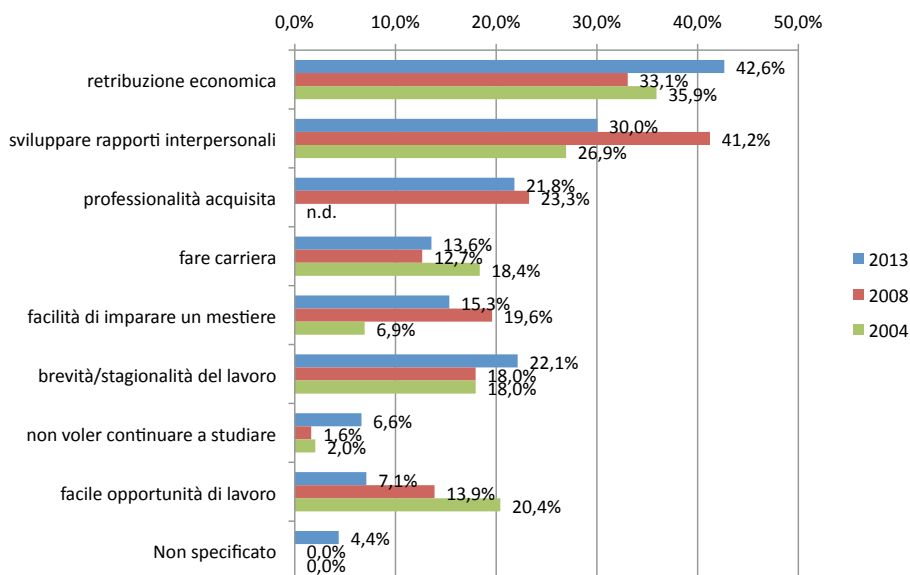


A queste considerazioni si accompagna l'analisi soggettiva delle motivazioni sottese alla scelta di offrire lavoro stagionale e delle aspettative del lavoratore circa le prospettive future associate al lavoro stagionale.

La scelta dei lavoratori di offrire lavoro come stagionali è ascrivibile in misura crescente all'opportunità di ricevere una retribuzione. E' rilevante per il 43% degli intervistati, con un incremento del 10% rispetto al 2008 e dell'8% in confronto al 2004. In particolare, coloro che manifestano questa esigenza sono per il 75% individui non occupati durante l'inverno per i quali il lavoro stagionale costituisce la migliore opportunità salariale al momento in cui sono assunti. Per il residuo 25% il lavoro stagionale sembra invece costituire un'opportunità di maggiore guadagno, segnalando la presenza di salari competitivi rispetto a quelli ottenibili con lavori non stagionali. La crisi peraltro ha reso più difficile anche l'accesso al lavoro stagionale, considerato una facile opportunità di lavoro solo dal 7% degli intervistati (-7% rispetto al 2008, -13% rispetto al 2004). In confronto al 2008 diminuiscono anche coloro che riportano motivazioni legate alla propria professionalità (22%) e alla possibilità di imparare un mestiere (15%), entrambe riferibili alla propria dotazione attuale e futura di capitale umano specifico, e coloro che individuano motivazioni di tipo relazionale (30% a fronte del 41% del 2008). La peculiarità del lavoro stagionale costituisce invece un fattore di attrazione per il 22% degli intervistati (+4% rispetto sia al 2008 che al 2004), principalmente studenti. Infine rimane stabile su livelli piuttosto bassi la percentuale di coloro che hanno scelto di offrire lavoro come stagionali per fare carriera (13%), consolidandosi così il calo riscontrato nel periodo 2004-2008.

Figura 29

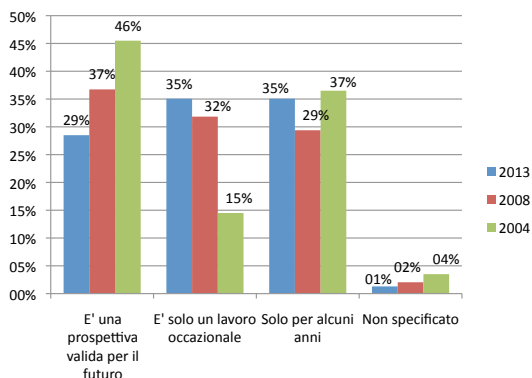
Motivazioni sottese alla scelta di offrire (da parte del lavoratore) lavoro stagionale



Non stupisce, di conseguenza, come le aspettative dei lavoratori stagionali in termini di carriera siano limitate. Solo il 28% dei lavoratori vede il lavoro stagionale come una prospettiva valida nel lungo periodo, mentre per la quota residua si tratta di un lavoro occasionale (35%) oppure costituisce una prospettiva lavorativa di breve periodo (il residuo 35% al netto di coloro che non forniscono alcuna risposta). Dalle precedenti indagini emergevano invece migliori aspettative per una futura carriera scaturente dal lavoro stagionale: rispettivamente il 37% del campione nel 2008 e il 45% nel 2004 riponevano nel lavoro stagionale aspettative di carriera di medio/lungo periodo. Resta comunque il fatto che quasi un terzo degli intervistati, per scelta o per necessità, valuta ancora il lavoro stagionale in termini di prospettiva di carriera, forse anche per effetto del ruolo del turismo nel contesto riminese.

Figura 30

Prospettive lavorative associate al lavoro stagionale



Sembra quindi emergere l'evidenza che i contratti stagionali siano percepiti in prevalenza come un passaggio transitorio, ma anche come, per una quota rilevante di lavoratori, essi possano migliorare le loro prospettive grazie al lavoro attuale. Sotto questo profilo l'analisi di correlazione tra variabili evidenzia come questa aspettativa si associ significativamente a chi ha avuto un lavoro non stagionale negli ultimi anni e a chi è disoccupato. La parziale persistenza della condizione di stagionale è però, lo ribadiamo, in gran parte involontaria, considerato che la condizione prevalente durante l'inverno di chi lavora da oltre tre stagioni è quella di disoccupato e che non vi è correlazione significativa tra le motivazioni associate allo sviluppo delle professionalità acquisite e il pregresso status di lavoratore non stagionale.

L'analisi di correlazione evidenzia come coloro che hanno beneficiato di formazione specifica e coloro che hanno lavorato nel medesimo settore nell'anno precedente manifestino maggiore fiducia nelle prospettive di carriera associate al loro posto di lavoro stagionale. Sembra quindi che quella quota minoritaria di stagionali che ha investito in capitale umano specifico nel corso della loro vita e che, parallelamente, ha maturato esperienza lavorativa spendibile all'interno del settore turistico si attendano rendimenti maggiori sotto il profilo della carriera e, presumibilmente, del reddito atteso. Lo conferma il fatto che gli studenti, aventi tipicamente un'inferiore esperienza e una minore dotazione di capitale umano specifico non ripongono aspettative nel lavoro stagionale. Non giova invece l'aver maturato più stagioni d'esperienza generica, né, sorprendentemente, aver lavorato nella stessa azienda la stagione precedente. Tale ultima condizione è altresì negativamente correlata alla volontà di mettere in pratica le professionalità acquisite e, simmetricamente, positivamente correlata alla scelta di offrire lavoro per ottenere una retribuzione economica.

Tabella 15

Analisi di correlazione rispetto al rapporto con il posto di lavoro

| | Stagioni di esper. | Stessa azienda | Stesso settore | Non stag. ultimi anni | Prosp. future | Form. spec. | Mettere in pratica prof. | Retrib. | Stud. |
|----------------------------|--------------------|----------------|----------------|-----------------------|---------------|-------------|--------------------------|---------|---------|
| Stagioni di esperienza | 1 | | | | | | | | |
| Stessa azienda | ,259** | 1 | | | | | | | |
| Stesso settore | -,049 | -,014 | 1 | | | | | | |
| Non stagionali ultimi anni | -,016 | -,058 | -,029 | 1 | | | | | |
| Prosp. future | ,045 | ,042 | ,352** | ,089* | 1 | | | | |
| Formaz. specifica | -,013 | ,005 | -,074 | ,052 | ,142** | 1 | | | |
| Mettere in pratica prof. | -,017 | -,107* | ,023 | ,034 | ,093* | ,065 | 1 | | |
| Retribuzione | ,046 | ,108* | ,087 | ,067 | -,022 | -,054 | -,307** | 1 | |
| Studente | -,142** | ,061 | -,071 | -,323** | -,235** | -,102* | -,033 | -,090* | 1 |
| Disoccupato | ,041 | ,064 | -,009 | ,052 | ,117** | ,052 | -,002 | ,006 | -,508** |

* significativo al 5%

** significativo all'1%

Queste ultime considerazioni sono rafforzate se ci spostiamo a esaminare la condizione del lavoratore stagionale rispetto ai desideri di crescita professionale all'interno dell'azienda presso cui lavora e al grado di identificazione che egli instaura con il datore di lavoro⁶.

Il fattore associato ai desideri di crescita quale elemento di motivazione al lavoro, così come individuato nel successivo paragrafo, evidenzia la correlazione positiva e significativa della volontà di crescita con l'esperienza maturata nel settore, la formazione specifica ricevuta e la volontà di mettere in pratica la professionalità acquisita. Soprattutto conferma la correlazione positiva delle aspirazioni di crescita professionale con lo status di disoccupato involontario e, parallelamente, la correlazione negativa con la condizione di studente. Sembra quindi che le aspirazioni professionali del lavoratore si differenzino in base alla sua condizione occupazionale nel resto dell'anno e, di conseguenza, all'opzione esterna che essi hanno (o sentono) di avere a disposizione. Se si tratta di uno studente le sue aspirazioni sono basse in ragione delle diverse aspettative che presumibilmente ripone nel titolo di studio che andrà a conseguire, considerato anche il fatto che solo il 18% degli studenti proviene da un istituto tecnico o professionale ad indirizzo turistico-alberghiero. Se si tratta di un disoccupato, al contrario, egli ripone maggiori aspettative anche per la mancata prefigurazione di alternative percorribili al momento dell'intervista.

Si tratta di un risultato simile a quello associato alle prospettive di carriera percepite, e, in parte, dovuto proprio all'elevata (e significativa) correlazione tra queste e i desideri di crescita del lavoratore. L'individuo forma i propri desideri di crescita anche alla luce delle aspettative che ripone nel lavoro stagionale, e, viceversa, le sue aspettative dipendono anche dalla sua volontà di fare carriera nell'azienda dove sta lavorando (come stagionale), oltre ad essere altamente correlata con le prospettive di carriera percepite.

Anche il grado di identificazione con l'azienda si associa positivamente alle aspettative del lavoratore in termini di prospettive future, anche se con minore intensità. Percepire delle prospettive di carriera come stagionale può infatti incentivare il lavoratore a identificarsi con l'azienda, e, per converso, un lavoratore che si identifica con l'azienda in cui lavora può essere più propenso a prefigurarsi una carriera all'interno dell'organizzazione, anche come stagionale. A questo però non si affianca una relazione significativa con l'esistenza di percorsi formativi ed esperienziali specifici ovvero con la condizione di studente o disoccupato. Condizione occupazionale e competenze specifiche non sembrano pertanto influenzare l'elemento identificativo. Viceversa, aver maturato più stagioni d'esperienza generica è positivamente correlato al grado di identificazione con l'azienda, mentre non è significativamente legato ai desideri di crescita. Questo risultato potrebbe essere dovuto alla presenza di lavoratori disillusi sulle possibilità offerte dal lavoro stagionale, ma al contempo soddisfatti dell'organizzazione in cui lavorano.

6 - Questi due aspetti saranno esaminati in dettaglio nel capitolo successivo.

Tabella 16

Analisi di correlazione rispetto al rapporto con l'azienda

| | <i>Stag. di esper.</i> | <i>Stess a az.</i> | <i>Stesso settor e</i> | <i>Non stag. ultimi anni</i> | <i>Prosp. future</i> | <i>Form. spec.</i> | <i>Prof. acq.</i> | <i>Retr.</i> | <i>Stud.</i> | <i>Disoc c.</i> |
|---|----------------------------|------------------------|--------------------------------|--|--------------------------|------------------------|-----------------------|--------------|--------------|---------------------|
| Desideri di crescita Identificaz . con l'azienda | -,070 | -0,43 | ,229** | ,028 | ,523** | ,174** | ,167** | -0,53 | -,102* | ,105* |
| | ,123** | 0,58 | -,082 | ,031 | ,149** | ,078 | ,006 | -0,11 | -,035 | ,077 |

* significativo al 5%

** significativo all'1%

LA MOTIVAZIONE AL LAVORO E LA RELAZIONE INDIVIDUO-ORGANIZZAZIONE

Il quarto ed ultimo profilo di indagine è una verifica della struttura delle motivazioni in capo al lavoratore stagionale; a tal fine sono state esaminate l'identificazione organizzativa, il commitment e la soddisfazione per il lavoro svolto.

L'ipotesi sottostante questa analisi esplorativa è quella di favorire l'intenzione di rimanere nella stessa impresa perché un turnover elevato può condurre ad un deperimento della qualità servita al cliente oltre che generare, a livello sistemico come si diceva nella precedente sezione, una situazione di precarietà diffusa.

Vediamo le singole variabili utilizzate nel modello:

La motivazione al lavoro

La motivazione al lavoro è stata misurata attraverso una scala a 31 item, sviluppata da Morandin e Bergami (2014) su un campione di temporary workers, una popolazione molto simile quindi a quella oggetto di questo studio.

L'analisi fattoriale, tecnica statistica che permette di riassumere l'informazione contenuta in un vasto insieme di dati attraverso l'individuazione di alcune "variabili latenti" o "fattori", applicata a questa scala ha messo in luce l'esistenza di quattro fattori, cui abbiamo attribuito le seguenti etichette: Desideri di crescita, Bisogni relazionali, Necessità economiche e Obiettivi di work-life balance, evidenziando come le persone siano guidate da motivazioni diverse a svolgere questo lavoro stagionale.

La Tabella 16 riporta per ciascun fattore (e per tutti gli item utilizzati nel questionario) la media e la deviazione standard.

Come si evince dalla tabella, la motivazione che raccoglie un punteggio più alto (ed la dispersione della media più bassa) è di natura economica; infatti, su una scala da 1 a 7, il cluster di motivazioni collegati a Necessità economiche evidenzia una media pari a 5,8. In secondo luogo sono presenti Desideri di crescita e Bisogni relazionali, che anche in questo caso evidenziano valori medi piuttosto elevati e rispettivamente pari a 4,6 e 4,7. Infine gli Obiettivi di work-life balance si assestano vicino al punto medio della scala, con un valore medio pari a 4,2.

Tabella 17

La motivazione al lavoro stagionale.

| Ho scelto questo lavoro... | Media | Dev. St. |
|---|------------|------------|
| DESIDERI DI CRESCITA | 4,6 | 1,2 |
| Per aumentare le mie prospettive di carriera | 4,1 | 1,9 |
| Per auto-realizzarmi | 4,6 | 1,8 |
| Per crescita personale | 5,4 | 1,7 |
| Perché mi consentirà di continuare la mia formazione | 4,1 | 1,9 |
| Per trovare nuove motivazioni | 4,4 | 1,8 |
| Per soddisfazione personale | 5,4 | 1,7 |
| Per avere una vita migliore | 4,3 | 1,8 |
| Per soddisfare i clienti dell'azienda | 4,0 | 1,9 |
| Per mettermi alla prova | 5,2 | 1,7 |
| Perché sono fatto così (per le mie caratteristiche personali, ...) | 4,2 | 1,9 |
| Per avere più autonomia psicologica | 4,4 | 1,8 |
| Per arricchire il mio curriculum vitae | 5,0 | 1,8 |
| BISOGNI RELAZIONALI | 4,7 | 1,1 |
| Per instaurare delle relazioni con i clienti | 4,5 | 1,8 |
| Per socializzare con altre persone | 5,0 | 1,6 |
| Per incontrare nuove persone | 4,6 | 1,7 |
| Per sentirmi utile agli altri | 4,9 | 1,7 |
| Perché desideravo fare una nuova esperienza | 4,9 | 1,8 |
| Perché è stata la prima opportunità che ho trovato | 3,9 | 2,0 |
| NECESSITA' ECONOMICHE | 5,8 | 1,0 |
| Per mettere da parte un po' di soldi | 6,0 | 1,4 |
| Per essere più indipendente da un punto di vista economico dalla mia famiglia | 6,2 | 1,2 |
| Perché mi dà la possibilità di guadagnare | 5,5 | 1,6 |
| Perché mi permette di pagarmi le spese | 5,5 | 1,5 |
| Per poter soddisfare i miei bisogni e desideri (acquisti, ...) | 5,6 | 1,5 |
| OBIETTIVI DI WORK-LIFE BALANCE | 4,2 | 1,1 |
| Perché mi consente un equilibrio tra vita lavorativa e vita privata | 4,1 | 2,0 |
| Perché alcuni amici mi hanno suggerito di accettare la proposta lavorativa | 3,1 | 2,0 |
| Perché c'è un buon ambiente di lavoro | 4,9 | 1,8 |
| Perché la sede di lavoro è vicina a casa | 4,2 | 2,2 |
| Perché l'azienda ha una buona reputazione | 4,5 | 1,8 |
| Per avere maggiore stabilità | 5,0 | 1,6 |
| Perché si tratta di un lavoro part-time | 3,1 | 2,1 |
| Perché il lavoro si adatta bene al mio profilo | 4,6 | 2,4 |

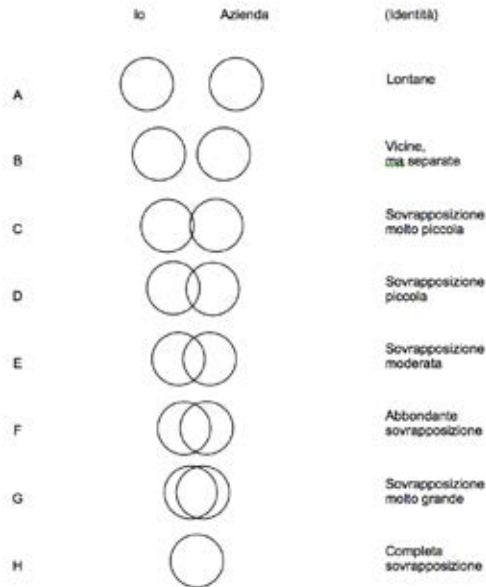
*Min: 1 – Max: 7***L'identificazione organizzativa**

L'identificazione con l'organizzazione di lavoro può essere definita come grado di sovrapposizione tra l'immagine di sé e quella dell'azienda. Essa esprime il livello di salienza della membership organizzativa nel concetto di sé ed è una variabile chiave per capire la relazione che si instaura tra l'individuo e l'organizzazione.

Questa variabile è stata misurata attraverso una scala visiva, sviluppata da Bergami e Bagozzi (2000), riportata in Figura 31. I rispondenti hanno evidenziato un valore medio pari a 4,7, ovvero una sovrapposizione quasi “moderata,” che per molti versi è sorprendentemente alta, considerato il poco tempo che le persone trascorrono nell’organizzazione. La deviazione standard è pari a 1,9, evidenziando quindi una certa variabilità nelle risposte.

Figura 31

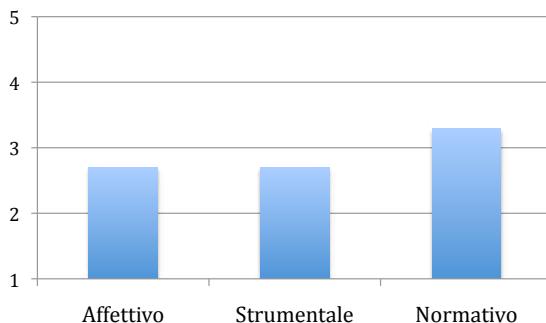
La scala dell’identificazione organizzativa



Il Commitment

Questa variabile non ha una precisa traduzione in italiano ma può essere intesa come “impegno relazionale” ed è definita come stato psicologico che caratterizza la relazione professionale e che ha considerevoli implicazioni su atteggiamenti e comportamenti desiderabili. Attraverso la scala sviluppata da Meyer e Allen (1997), sono stati misurati i tre principali tipi di commitment. Quello affettivo (“sto perché voglio”, sentimento di attaccamento, emozioni positive), quello strumentale (“sto perché mi conviene”, mancanza di alternative) e quello normativo (“sto perché è giusto”, obbligo morale), i cui valori medi sono riportati in Figura 32. I risultati rivelano che il tipo di commitment prevalente è di tipo normativo (media pari a 3,3). Mentre il valor medio del commitment strumentale si situa al di sotto del punto medio della scala (media pari a 2,7), ma si ricorda che questo valore è desiderabile che sia basso. Infine, i risultati evidenziano che la dimensione affettiva evidenzia una media piuttosto bassa (pari a 2,7), al di sotto del punto medio della scala, ed è una importante area di miglioramento per il futuro.

Figura 32
I tre tipi di commitment



La soddisfazione al lavoro

Il questionario prevedeva anche una serie di item volti a comprendere il grado di soddisfazione dei lavoratori rispetto ad alcuni aspetti professionali e al lavoro in generale.

L’analisi fattoriale ha evidenziato l’esistenza di un unico fattore, che è stato chiamato “soddisfazione lavorativa”. Il valor medio di questo fattore è pari a 4,7, un valore al di sopra del punto medio della scala, ma non particolarmente alto, considerato che la scala va da un minimo di 1 a un massimo di 7.

La Tabella 17 riporta i valori medi e la deviazione standard degli item che compongono il fattore “soddisfazione lavorativa”. È interessante notare come i rispondenti siano maggiormente soddisfatti delle relazioni con i colleghi e con il responsabile e poi del lavoro e della qualità del servizio che erogano. L’area di maggior insoddisfazione invece è attribuita al tempo libero e alle opportunità di carriera che il management e l’azienda offrono loro, offrendo interessanti spunti alle aziende per migliorare il vissuto lavorativo dei propri dipendenti e accrescere quindi le performance organizzative.

Tabella 18
La soddisfazione lavorativa

| Item | Media | Dev. Std. |
|--|-------|-----------|
| Sono soddisfatto della relazione con i miei colleghi | 5,3 | 1,6 |
| In generale, sono complessivamente soddisfatto del mio lavoro | 5,2 | 1,6 |
| Sono soddisfatto della relazione con il mio responsabile | 5,1 | 1,7 |
| Sono soddisfatto della qualità del servizio che realizziamo | 5,1 | 1,7 |
| Sono soddisfatto della sicurezza del mio posto di lavoro | 5,0 | 1,6 |
| Sono soddisfatto delle mie condizioni generali di lavoro | 5,0 | 1,5 |
| Sono soddisfatto della qualità del contributo del mio responsabile | 4,9 | 1,7 |
| Sono soddisfatto della qualità del contributo dei miei colleghi | 4,7 | 1,8 |
| Sono soddisfatto della remunerazione economica che ricevo | 4,6 | 1,8 |
| Sono soddisfatto degli altri incentivi non economici che ricevo (gratificazioni, motivazioni, opportunità) | 4,6 | 1,9 |
| Sono soddisfatto delle mie opportunità di avanzamento | 4,2 | 1,8 |
| Sono soddisfatto delle sfide che trovo in azienda | 4,2 | 1,8 |
| Sono soddisfatto del management di questa azienda | 4,2 | 1,7 |
| Sono soddisfatto del mio tempo libero | 3,8 | 2,1 |

Min: 1 – Max: 7

L'intenzione di rimanere l'organizzazione

Infine, quattro item hanno misurato l'intenzione di rimanere nell'organizzazione (es, "desidererei rimanere in questa azienda a lungo" o "Se fossi libero di scegliere, mi piacerebbe continuare a lavorare in questa azienda anche dopo la scadenza del contratto"). L'analisi fattoriale ha evidenziato l'esistenza di un unico fattore, cui è stata attribuita l'etichetta "Intenzione di restare". Questa variabile assume un valore medio pari a 4,2, un valore medio al di sopra al punto medio della scala ma non particolarmente alto. Questo risultato sembra per certi versi controintuitivo in un mercato del lavoro così precario, anche se è opportuno considerare che la popolazione di riferimento è composta da persone che hanno scelto un lavoro stagionale. È anche opportuno considerare che la deviazione standard di questa variabile è pari a 1,7, un valore abbastanza alto che rivela una certa dispersione della media.

La relazione tra le variabili

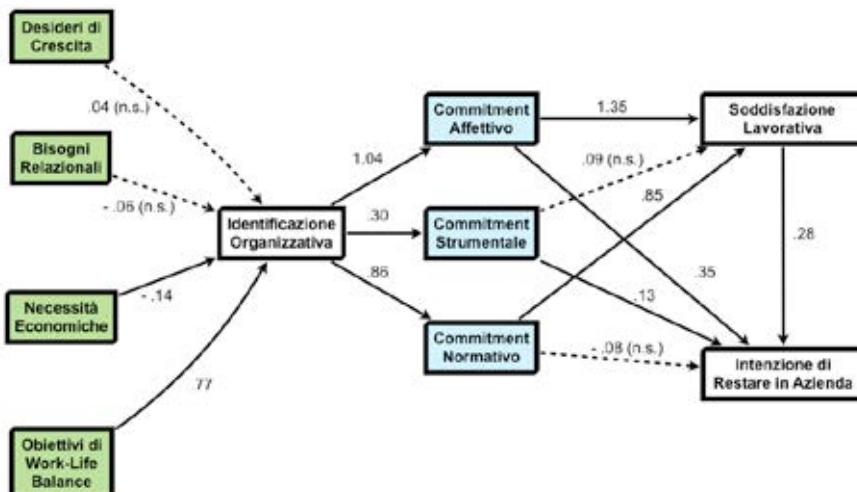
Come anticipato, per esplorare le possibili associazioni tra le variabili e l'effetto sull'intenzione di rimanere nella stessa azienda sono stati indagati alcuni pattern predittivi. A fronte della molteplicità di relazioni causali investigate, l'approccio analitico più appropriato è l'implementazione di un modello di equazioni strutturali (LISREL). I modelli di equazioni strutturali permettono la misurazione di costrutti latenti (come, ad esempio nel caso in questione le "Motivazioni al lavoro") permettendo di stimare contemporaneamente tutte le relazioni di causa-effetto che sussistono tra le variabili latenti inserite nel modello.

Innanzitutto si rileva che il modello di equazioni strutturali implementato con LISREL 8.80 (Hayduk, 1996; Jöreskog and Sörbrom, 2003) fornisce un ottimo adattamento ai dati (NFI, NNFI = .95; CFI, IFI = .96; GFI = .82; AGFI = .79; SRMR = .07; RMSEA = .07).

Il modello complessivo è riportato nella Figura 33.

Figura 33

I predittori dell'intenzione di restare in azienda



La parte sinistra del modello illustra le principali determinanti dell'identificazione organizzativa, ossia quei fattori che consentono al lavoratore stagionale una maggiore identificazione di sé con l'organizzazione per la quale svolge un lavoro stagionale.

L'identificazione organizzativa risulta essere influenzata in primo luogo dal fattore "Obiettivi di Work-Life Balance", come suggerito dal valore elevato del coefficiente ad essa associato ($\gamma = .77, p < .001$). Osservando attentamente le domande del questionario volte a misurare il costrutto latente "Obiettivi di Work-Life balance", ci si accorge di come gli elementi concreti che definiscono gli obiettivi di work-life balance e che influenzano pertanto l'identificazione organizzativa siano l'ambiente di lavoro, la reputazione dell'azienda e la coerenza tra il lavoro svolto e il profilo individuale. In pratica aumentando i valori di questi aspetti aumenta l'identificazione. Le necessità economiche, a propria volta, influenzano l'identificazione organizzativa anche se in misura minore rispetto agli obiettivi di work-life balance ed in maniera particolare; il segno negativo davanti al coefficiente associato al costrutto "necessità economiche" ($\gamma = -.14, p = .02$) infatti suggerisce che i lavoratori tendano ad identificarsi tanto meno con l'organizzazione per la quale lavorano quanto più la motivazione che li ha spinti ad accettare il lavoro è di natura economica⁷. Non risultato statisticamente significativi gli effetti esercitati sull'identificazione organizzativa rispettivamente dal desiderio di crescita professionale ($\gamma = .04, p = .65$) e dai bisogni relazionali ($\gamma = -.06, p = .39$). Il valore R² indica la percentuale di varianza spiegata dal modello (valori superiori a .15 sono interessanti, in quanto indicano che le sole variabili prese in considerazione spiegano il 15% della variabile dipendente): in questo modello, il 66% della varianza della variabile "Identificazione Organizzativa" (R² = .66) risulta spiegata dalla sua dipendenza lineare con le quattro motivazioni al lavoro riportate.

Complessivamente, quindi, i risultati rivelano che i bisogni relazionali e i desideri di crescita non hanno un effetto significativo sull'identificazione organizzativa.

Piuttosto, se si desidera favorire l'identificazione con l'organizzazione è opportuno agire sugli obiettivi di work-life balance promuovendo un clima lavorativo positivo in grado di influenzare positivamente le sensazioni del lavoratore.

La parte centrale del modello mette in luce quelle che sono le principali conseguenze dell'identificazione organizzativa, corrispondenti ai tre principali tipi di commitment (affettivo, normativo e strumentale). I risultati indicano che l'identificazione influenza significativamente la dimensione strumentale del commitment ("sto perché mi conviene", $\beta = .30, p < .001$) e, in particolar modo, gli altri due fattori di commitment ($\beta = 1.04, p < .001$ per il commitment affettivo e $\beta = .86, p < .001$ per il commitment normativo). In altre parole, maggiore il livello di identificazione con l'organizzazione, maggiore è il legame percepito dal lavoratore nei confronti dell'azienda. In primo luogo, un legame affettivo che affonda le proprie radici nel senso di appartenenza

7 - Le domande del questionario che indicavano la necessità economica come motivazione al lavoro sono: "per mettere da parte un po' di soldi", "per essere indipendente dal punto di vista economico dalla mia famiglia", "perché mi da la possibilità di guadagnare, perché mi permette di pagarmi le spese, per poter soddisfare i miei bisogni (acquisti,...)".

dell'individuo all'organizzazione e, in secondo luogo, una percezione di obbligo morale percepito da parte del lavoratore nei confronti dell'organizzazione.

La ragione per cui è da considerarsi auspicabile il commitment affettivo è rintracciabile guardando la parte destra del modello che mostra le conseguenze concrete del livello di commitment dei lavoratori. In primo luogo si osserva come all'aumentare del commitment affettivo da parte del lavoratore stagionale ("sto perché voglio") aumenti il livello di soddisfazione lavorativa ($\beta = 1.35$, $p < .001$) nonché l'intenzione di proseguire il rapporto lavorativo con l'azienda ($\beta = .35$, $p < .001$). Al tempo stesso, la soddisfazione lavorativa è influenzata positivamente dai livelli di commitment normativo ("sto perché è giusto", $\beta = .85$, $p < .001$) che, tuttavia, non esercita un effetto diretto significativo sull'intenzione futura del lavoratore a restare in azienda ($\beta = -.08$, $p = .26$).

È interessante notare come, pur in misura decisamente minore, non giocando un ruolo chiave nei processi delineati attraverso questo modello, il commitment strumentale influenzi positivamente l'intenzione del lavoratore a restare in azienda ($\beta = .13$, $p < .001$) senza, tuttavia, esercitare un effetto statisticamente significativo sulla soddisfazione lavorativa ($\beta = -.09$, $p = .33$). In aggiunta a ciò, va considerato anche che la riduzione della probabilità di abbandonare l'organizzazione da parte del lavoratore è funzione della soddisfazione nei confronti del proprio lavoro ($\beta = .28$, $p < .001$). In questo modello, la varianza spiegata delle variabili dipendenti "Soddisfazione del lavoratore" e "Intenzione di Restare in azienda" è pari rispettivamente al 39% ($R^2 = .39$) e al 63% ($R^2 = .63$), suggerendo quindi una buona capacità del modello di spiegare le valutazioni e le intenzioni future dei lavoratori.

Concludendo, poiché la soddisfazione del lavoratore, come si è visto, è a propria volta influenzata dal commitment affettivo e normativo, è ancora più importante raggiungere elevati livelli di queste due fonti di commitment e l'organizzazione può farcela attraverso una crescente identificazione organizzativa offrendo innanzitutto ai propri lavoratori un buon livello di work-life balance.

CONSIDERAZIONI DI SINTESI

La ricerca ha cercato di comprendere le caratteristiche del lavoro stagionale nella provincia di Rimini; essendo questo prevalentemente legato al settore turistico è sui lavoratori delle imprese turistiche, intese in senso più ampio, che ci si è concentrati per l'analisi.

Quali sono le principali evidenze?

Occorre innanzitutto ripetere l'ipotesi a partire dalla quale si leggono le risultanze. L'ipotesi è che un elevato turnover di personale sia costoso per le imprese e può condurre ad un deperimento della qualità del servizio offerto. Dal punto di vista sistemico, inoltre, il lavoro stagionale se non accompagnato da percorsi di formazione o da scelte di policy rivolte alla crescita rischia di intrappolare il lavoratore in una situazione di precariato e basso profilo professionale e salariale.

Alla luce di queste preoccupazioni i dati, in estrema sintesi, indicano che:

- 1) Aumentano i canali informali di ricerca del lavoro ed i canali istituzionali servono meno del 15% dei casi.
- 2) Diminuisce il numero di contratti full-time e di contratti a tempo determinato e diminuisce anche la durata del contratto.
- 3) Ciò che "piace" meno ai lavoratori sono i tempi di lavoro (proprio mentre aumenta il numero di contratti che comprendono anche il sabato e domenica ed il lavoro notturno) oltre alla percezione che le prospettive "di carriera" sono limitate.
- 4) Metà dei lavoratori non sono occupati fuori dalla stagione estiva e quelli che hanno un lavoro anche in inverno, in realtà sono occupati prevalentemente in settori non turistici.
- 5) Per contro i lavoratori dichiarano una disponibilità a formarsi, anche a spese proprie.
- 6) Un terzo del campione dichiara di considerare il lavoro come una prospettiva valida per il futuro.
- 7) Coloro che hanno beneficiato di formazione specifica e che hanno lavorato nello stesso settore anche in precedenza hanno maggiore fiducia nelle prospettive future.

Quali “raccomandazioni” possono essere fornite alla luce di queste risultanze?

Visto che i dati ci indicano che l'identificazione organizzativa è importante per la sua capacità di influenzare il commitment del lavoratore e quindi la soddisfazione per il lavoro svolto, allora è necessario un maggiore impegno verso quegli aspetti che abbiamo chiamato di “work-life balance” (equilibrio tra vita lavorativa e vita privata, un buon ambiente di lavoro, avere maggiore stabilità, adattamento al profilo personale) e alla preparazione di percorsi di crescita professionale per chi è più preparato e motivato. Maggiore sarà l'identificazione con l'azienda presso la quale si lavora, maggiore sarà l'intenzione di rimanere, con tutti i riflessi detti e cioè minori costi di gestione del personale, maggiore qualità servita al cliente, minore sensazione di precarietà.

Particolare attenzione deve essere poi prestata a quella categoria di lavoratori la cui principale motivazione al lavoro stagionale è di natura economica in quanto questa agisce negativamente sul senso di identificazione con l'azienda.

Probabilmente per raggiungere questi obiettivi occorre anche mettere a punto un modello formativo che tenga conto delle peculiarità del settore (stagionalità/localizzazione).

In conclusione rimane forte la sensazione in chi scrive che sia urgente, soprattutto a Rimini, superare alcune delle convinzioni che hanno accompagnato il periodo che abbiamo alle spalle per cercare formule nuove, in un patto a favore di una crescita più robusta e per tutti.

APPENDICE

Le caratteristiche del campione intervistato e il confronto con la popolazione di riferimento

Questa sezione descrive in modo essenziale le caratteristiche principali del campione che ha partecipato all'indagine, confrontandolo con il dato provinciale sugli avviamenti nel settore turistico registrati nel 2012. Gli attributi presi in considerazione sono: genere, età, nazionalità, provincia di residenza, stato civile e livello di istruzione, luogo di lavoro.

Genere. Il campione è composto per oltre il 50% da donne, confermando la prevalenza del genere femminile già riscontrata nell'indagine del 2008. Il campione si differenzia da quello precedente per un sostanziale calo del gap tra le due componenti: la quota di donne passa, infatti, dal 59% al 54% del totale. Il dato è in linea rispetto alla popolazione provinciale, che come abbiamo visto registra altresì una prevalente componente femminile.

Età. L'età media degli intervistati è pari a 24,1 anni, con una deviazione standard (un indicatore di dispersione della media) pari a 11,2. La persona più giovane che ha partecipato all'indagine ha 16 anni, mentre quella più anziana ha 75 anni. La classe di età più numerosa è quella tra 20 e 25 anni, che rappresenta il 42,7% del campione, mentre solo il 16,8% ha più di 30 anni. Rispetto alla precedente indagine si registra peraltro un notevole incremento delle fasce di età più "anziane": i lavoratori con più di 30 anni passano dal 4% al 16,8% del campione. Il confronto con la popolazione di riferimento evidenzia una sovra rappresentazione delle classi di età più giovani: tra gli avviati al lavoro stagionale nel 2012, infatti, oltre il 47% aveva più di 34 anni, con un aumento del 5,8% nella fascia over 45. Si tratta presumibilmente di una conseguenza della crisi e della fuoriuscita di occupati non stagionali che essa ha comportato anche nelle fasce di età intermedie (25-34 e 35-44 anni).

Nazionalità. La stragrande maggioranza dei rispondenti è di nazionalità italiana, ma è opportuno evidenziare la presenza del 22,3% di persone con altra nazionalità, un dato sostanzialmente in linea con la precedente indagine, ma che sottostima la presenza di stranieri rispetto al dato provinciale (36,2%). L'evoluzione nel rapporto tra cittadini italiani e stranieri nel campione, che vede un aumento del 5% della componente straniera, rispecchia invece la tendenza evidenziata dalla popolazione di riferimento: nel periodo 2008-2012, infatti, l'incidenza degli italiani all'interno della manodopera stagionale è progressivamente diminuita (-3%). Tra gli stranieri intervistati, inoltre, il 33,3% è cittadino di uno Stato membro dell'Unione Europea, mentre a livello di singoli paesi le nazionalità prevalenti sono quella ru-

mena (25,4%), moldava e albanese (entrambe con il 10,9%). In confronto al 2008 si conferma la forte presenza rumena, mentre i lavoratori moldavi e albanesi risultano essere rispettivamente in aumento e in diminuzione rispetto alla precedente indagine. Entra inoltre nel campione una rilevante componente russa (6,5% degli stranieri), assente nel 2008.

Provincia di residenza. Considerando le persone con nazionalità Italiana, oltre il 65% del campione proviene dalla Provincia di Rimini. Il dato è in linea con la popolazione di riferimento, che nel 2012 si caratterizzava per una presenza del 68,7% di residenti in Provincia di Rimini. Rispetto all'indagine precedente si riscontra un incremento della componente residente nella Provincia, che passa dal 57% al 70% dei rispondenti.

Stato civile. Oltre il 75% del campione che ha partecipato all'indagine è celibe o nubile, con una sensibile diminuzione rispetto alla precedente indagine il cui campione comprendeva solo un coniugato su dieci.

Livello di istruzione. Relativamente al titolo di studio, il campione presenta una distribuzione molto variegata. Se sommiamo comunque i diversi ordini di scuola media secondaria, si evince come tale livello di istruzione risulti essere quello prevalente (74,9%) e in aumento rispetto alle precedenti indagini. Ciò a fronte di un sostanziale calo coloro che possiedono il solo titolo di scuola media inferiore, passato dal 21% all'11,3% del campione. In questo senso, il campione rispecchia l'evidenza riscontrata a livello provinciale circa il livello di istruzione richiesto dalle imprese del settore come requisito per i nuovi assunti, che si caratterizza per essere relativamente basso.

Per quanto concerne le specifiche qualifiche, esse sono piuttosto eterogenee. Solo il 18,9% ha conseguito un diploma ad indirizzo turistico-alberghiero, nel cui ambito rientrano le specializzazioni più diffuse, in "Cucina" (14,9% dei diplomati) e "Sala bar" (7,9% dei diplomati). La laurea risulta poco diffusa (11,3%), ma tale dato risente del fatto che il 65,5% del campione ha meno di 25 anni e che, di conseguenza, una consistente quota di stagionali (44%) deve ancora terminare gli studi. Tra i laureati quasi il 20% ha un titolo in ambito economico. Nel complesso si tratta di dati in linea con la precedente indagine, dovendosi tenere conto che l'incremento dei laureati deve essere depurato dal contestuale aumento dell'età dei partecipanti all'indagine.

Figura 37

Ripartizione del campione per titoli di studio

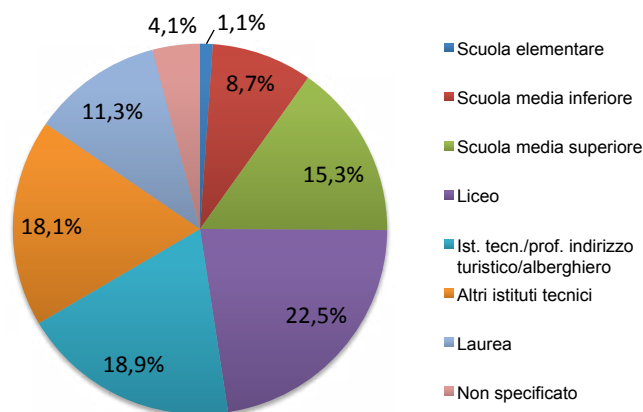
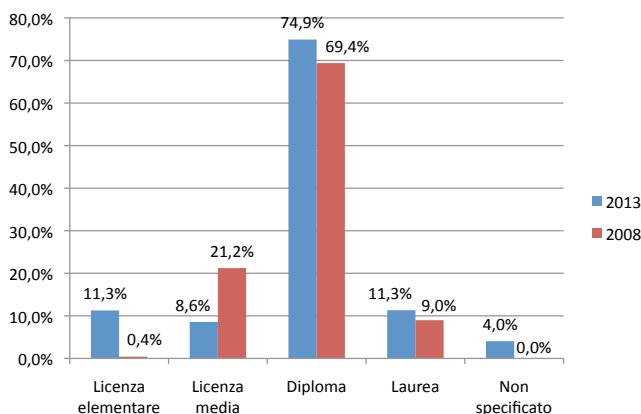


Figura 38

Ripartizione del campione per livello di istruzione



La composizione del campione in termini di luogo di lavoro evidenzia uno spostamento dalla componente ricettiva tradizionale (gli alberghi) ai pubblici esercizi. Mentre nel 2008 il 75% del campione prestava la sua opera in alberghi, nel 2013 tale percentuale è scesa al 46%, a fronte di una quota di oltre il 48% di occupati in pubblici esercizi (+35% rispetto al 2008). In calo è invece la percentuale di chi lavora in un negozio (dal 10,6% al 4,6%). Peraltro questa variazione nel campione non trova riscontro nella popolazione di riferimento, che nel periodo 2008-2012 ha visto ridursi la componente alberghiera solo del 3%.

Per quanto concerne le caratteristiche dei pubblici esercizi che occupano lavoratori stagionali, questi sono in prevalenza bar (30,4%) e ristoranti (23,4%). In tale categoria rientrano anche bagnini e marinai di salvataggio che rappresentano nel complesso il 22,7% dei lavoratori occupati in pubblici esercizi. Tutte queste tre categorie risultano sovra rappresentate rispetto alla popolazione di riferimento.

Tabelle allegate

Caratteristiche del campione

| Classi di età | | | | |
|----------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Classi di età | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| 16-19 | 142 | 22,9% | 24,4% | 24,4% |
| 20-25 | 264 | 42,7% | 45,4% | 69,8% |
| 26-30 | 72 | 11,6% | 12,3% | 82,1% |
| >30 | 104 | 16,8% | 17,9% | 100,0% |
| Totale risposte | 581 | 94,0% | 100,0% | |
| Non specificato | 37 | 6,0% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Genere | | | | |
|-----------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Femmina | 337 | 54,4% | 56,9% | 56,9% |
| Maschio | 255 | 41,2% | 43,1% | 100,0% |
| Totale risposte | 592 | 95,6% | 100,0% | |
| Non specificato | 27 | 4,4% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Stato civile | | | | |
|---------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Coniugato | 93 | 15,0% | 16,6% | 16,6% |
| Celibe/hubile | 466 | 75,3% | 83,4% | 100,0% |
| Totale risposte | 559 | 90,3% | 100,0% | |
| Non specificato | 60 | 9,7% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Nazionalità | | | | |
|---------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Italiana | 458 | 74,0% | 76,8% | 76,8% |
| Unione Europea | 46 | 7,4% | 7,7% | 84,5% |
| Altro Stato | 65 | 10,5% | 10,9% | 95,4 |
| Nazionalità estera non indicata | 27 | 4,4% | 4,6% | 100,0% |
| Totale risposte | 596 | 96,3% | 100,0% | |
| Non specificato | 23 | 3,7% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Cittadini stranieri | | | | |
|---------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Stato | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Albania | 15 | 10,9% | 10,9% | ,1 |
| Argentina | 1 | 0,7% | 0,9% | 14,4% |
| Colombia | 1 | 0,7% | 0,9% | 15,3% |
| Equador | 2 | 1,4% | 1,8% | 17,1% |
| Francia | 1 | 0,7% | 0,9% | 18,0% |
| Gran Bretagna | 3 | 2,1% | 2,7% | 20,7% |
| Kosovo | 1 | 0,7% | 0,9% | 21,6% |
| Macedonia | 2 | 1,4% | 1,8% | 23,4% |
| Madagascar | 1 | 0,7% | 0,9% | 24,3% |
| Marocco | 2 | 1,4% | 1,8% | 26,1% |
| Moldavia | 15 | 10,9% | 13,5% | 39,6% |
| Perù | 2 | 1,4% | 1,8% | 41,4% |
| Polonia | 5 | 3,6% | 4,5% | 45,9% |
| Romania | 35 | 25,4% | 31,5% | 77,5% |
| Russia | 9 | 6,5% | 8,1% | 85,6% |
| San Marino | 1 | 0,7% | 0,9% | 86,5% |
| Senegal | 1 | 0,7% | 0,9% | 87,4% |
| Spagna | 2 | 1,4% | 1,8% | 89,2% |
| Svizzera | 1 | 0,7% | 0,9% | 90,1% |
| Ucraina | 11 | 8,0% | 9,9% | 100,0% |
| Totale risposte | 111 | 80,4% | | |
| Non specificato | 27 | 19,6% | | |
| Totale stranieri | 138 | 100,0% | 100,0% | |

| Residenza | | | | |
|--------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Provincia di Rimini | 406 | 65,6% | 69,9% | 69,9% |
| Altra provincia italiana | 155 | 25,0% | 26,7% | 96,6% |
| Estero | 20 | 3,2% | 3,4% | 100,0% |
| Totale risposte | 581 | 93,8% | 100,0% | |
| Non specificato | 38 | 6,2% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Titolo di studio | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Scuola elementare | 7 | 1,1% | 1,2% | 1,2% |
| Scuola media inferiore | 54 | 8,7% | 9,0% | 10,2% |
| Scuola media superiore | 95 | 15,4% | 16,0% | 26,2% |
| Liceo | 139 | 22,5% | 23,4% | 49,6% |
| Istituto tecnico o professionale indirizzo tecnico-alberghiero | 117 | 18,9% | 19,7% | 69,3% |
| altri istituti tecnici o professionali | 112 | 18,1% | 18,9% | 88,2% |
| laurea | 70 | 11,3% | 11,8% | 100,05% |
| Totale risposte | 594 | 96,0% | 100,0% | |
| Non specificato | 25 | 4,0% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Specializzazione dei diplomati negli istituti tecnici e alberghieri | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Specializzazione | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Alberghiero | 1 | 0,4% | 1,1% | 1,1% |
| Cameriere | 2 | 0,9% | 2,3% | 3,4% |
| Cucina | 32 | 14,0% | 36,4% | 39,8% |
| Cucina e sala | 2 | 0,9% | 2,3% | 42,0% |
| Dirigente di comunità | 1 | 0,4% | 1,1% | 43,2% |
| Economia informatica | 1 | 0,4% | 1,1% | 44,3% |
| Estetista e parrucchiera | 1 | 0,4% | 1,1% | 45,5% |
| Lingue | 2 | 0,9% | 2,3% | 47,7% |
| Receptionist | 2 | 0,9% | 2,3% | 50,0% |
| Ricevimento | 3 | 1,3% | 3,4% | 53,4% |
| Ristorazione | 3 | 1,3% | 3,4% | 56,8% |
| Sala bar | 18 | 7,9% | 20,5% | 77,3% |
| Segreteria | 7 | 3,1% | 8,0% | 85,2% |
| servizi turistici | 1 | 0,4% | 1,1% | 86,4% |
| Turismo | 11 | 4,8% | 12,5% | 98,9% |
| Turismo e Lingue | 1 | 0,4% | 1,1% | 100,0% |
| Totale risposte | 88 | 38,4% | 100,0% | |
| Non specificato | 141 | 61,6% | | |
| Totale diplomati | 229 | 100,0% | | |

| Indirizzo di studio dei laureati | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Laurea | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Accademia belle arti | 4 | 5,7% | 6,1% | 6,1% |
| Archeologia | 1 | 1,4% | 1,5% | 7,6% |
| Architettura | 2 | 2,9% | 3,0% | 10,6% |
| Botanica | 1 | 1,4% | 1,5% | 12,1% |
| Chimica industriale | 1 | 1,4% | 1,5% | 13,6% |
| Contabilità ed informatica di gestione | 1 | 1,4% | 1,5% | 15,2% |
| Disegno industriale | 2 | 2,9% | 3,0% | 18,2% |
| Economia | 8 | 11,4% | 12,1% | 30,3% |
| Economia del turismo | 4 | 5,7% | 6,1% | 36,4% |
| Economia e commercio | 1 | 1,4% | 1,5% | 37,9% |
| Elettronica e telecomunicazioni | 1 | 1,4% | 1,5% | 39,4% |
| Educatore sociale | 1 | 1,4% | 1,5% | 40,9% |
| Filologia ingese | 1 | 1,4% | 1,5% | 42,4% |
| Fisioterapia / Teologia | 1 | 1,4% | 1,5% | 43,9% |
| Giurisprudenza | 3 | 4,3% | 4,5% | 48,5% |
| Graphic design | 1 | 1,4% | 1,5% | 50,0% |
| Infermieristica | 4 | 5,7% | 6,1% | 56,1% |
| Ingegneria | 3 | 4,3% | 4,5% | 60,6% |
| Ingegneria edile | 1 | 1,4% | 1,5% | 62,1% |
| Legge | 1 | 1,4% | 1,5% | 63,6% |
| Lettere moderne | 2 | 2,9% | 3,0% | 66,7% |
| Lingue | 3 | 4,3% | 4,5% | 71,2% |
| Meccanica | 1 | 1,4% | 1,5% | 72,7% |
| Ostetricia | 1 | 1,4% | 1,5% | 74,2% |
| Psicologia | 4 | 5,7% | 6,1% | 80,3% |
| Scienze dell'educazione | 1 | 1,4% | 1,5% | 81,8% |
| Scienze della comunicazione | 3 | 4,3% | 4,5% | 86,4% |
| Scienze della formazione | 1 | 1,4% | 1,5% | 87,9% |
| Scienze internazionali diplomatiche | 1 | 1,4% | 1,5% | 89,4% |
| Scienze politiche | 1 | 1,4% | 1,5% | 90,9% |
| Scienze statistiche | 1 | 1,4% | 1,5% | 92,4% |
| Sociologia e Scienze criminologiche | 1 | 1,4% | 1,5% | 93,9% |
| Statistica | 1 | 1,4% | 1,5% | 95,5% |
| Storia e geografia | 1 | 1,4% | 1,5% | 97,0% |
| Traduttori e interpreti | 1 | 1,4% | 1,5% | 98,5% |
| Traduzione e linguistica | 1 | 1,4% | 1,5% | 100,0% |
| Totale risposte | 66 | 94,3% | 100,0% | |
| Non specificato | 4 | 5,7% | | |
| Totale laureati | 70 | 100,0% | | |

Luogo di lavoro e caratteristiche delle imprese

| Datori di lavoro | | | | |
|--------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Tipologie | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Albergo | 285 | 46,1% | 46,5% | 46,5% |
| Negozio | 29 | 4,6% | 4,7% | 51,2% |
| Pubblico esercizio | 300 | 48,4% | 48,8% | 100,0% |
| Totale risposte | 613 | 99,2% | 100,0% | |
| Non specificato | 5 | 0,8% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Occupati in albergo | | | | |
|-------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Numero di stelle | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| 0 | 3 | 1,1% | 1,1% | 1,1% |
| 1 | 12 | 4,2% | 4,2% | 5,3% |
| 2 | 63 | 22,1% | 22,1% | 27,4% |
| 3 | 179 | 62,8% | 62,8% | 90,2% |
| 4 | 28 | 9,8% | 9,8% | 100,0% |
| Totale | 285 | 100,0% | 100,0% | |
| Non specificato | 0 | 0,0% | | |
| Totale lavoratori interessati | 285 | 100,0% | | |

| Periodo di apertura dell'albergo | | | | |
|----------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Periodo di apertura | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Annuale | 14 | 4,9% | 7,0% | 7,0% |
| Stagionale | 186 | 65,3% | 93,0% | 100,0% |
| Totale risposte | 200 | 70,2% | 100,0% | |
| Non specificato | 85 | 29,8% | | |
| Totale lavoratori interessati | 285 | 100,0 | | |

| Numero di camere dell'albergo | | | | |
|-------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Numero di camere | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Meno di 15 | 6 | 2,1% | 2,4% | 2,4% |
| Da 15 a 30 | 72 | 25,3% | 29,0% | 31,5% |
| Più di 30 | 170 | 59,6% | 68,5% | 100,0% |
| Totale risposte | 248 | 87,0% | 100,0% | |
| Non specificato | 37 | 13,0% | | |
| Totale lavoratori interessati | 285 | 100,0% | | |

| Occupati in negozi | | | | |
|-------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Tipologia | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Tabaccheria | 4 | 13,8% | 14,3% | 14,3% |
| Abbigliamento/pelletteria | 5 | 17,2% | 17,9% | 32,1% |
| Tour operator | 3 | 10,3% | 10,7% | 42,9% |
| Negozi alimentare | 2 | 6,9% | 7,1% | 50,0% |
| Parrucchiere | 4 | 13,8% | 14,3% | 64,3% |
| Fotografo | 6 | 20,7% | 21,4% | 85,7% |
| Altro | 4 | 13,8% | 14,3% | 100,0% |
| Totale risposte | 28 | 96,6% | 100,0% | |
| Non specificato | 1 | 3,4% | | |
| Totale lavoratori interessati | 29 | 100,0% | | |

| Periodo di apertura del negozio | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Periodo di apertura | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Annuale | 9 | 31,0% | 31,0% | 31,0% |
| Stagionale | 20 | 69,0% | 69,0% | 100,0% |
| Totale risposte | 29 | 100,0% | 100,0% | |
| Non specificato | 0 | 0,0% | | |
| Totale lavoratori interessati | 29 | 100,0% | | |

| Occupati in pubblici esercizi | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Tipologia | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Bar | 91 | 30,4% | 30,4% | 30,3% |
| Gelateria | 7 | 2,3% | 2,3% | 32,7% |
| Pizzeria | 5 | 1,7% | 1,7% | 34,3% |
| Ristorante | 70 | 23,3% | 23,3% | 57,8% |
| Chiosco spiaggia | 14 | 4,6% | 4,6% | 62,3% |
| Altro stagionale | 108 | 36,0% | 36,0% | 98,3% |
| Altro annuale | 5 | 1,7% | 1,7% | 100,0% |
| Totale risposte | 300 | 100,0% | 100,0% | |
| Non specificato | 0 | 0,0% | | |
| Totale lavoratori interessati | 300 | 100,0% | | |

| Periodo di apertura dei pubblici esercizi | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Periodo di apertura | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Annuale | 14 | 4,7% | 7,3% | 7,3% |
| Stagionale | 179 | 59,7% | 92,7% | 100,0% |
| Totale risposte | 193 | 64,4% | 100,0% | |
| Non specificato | 107 | 35,6% | | |
| Totale lavoratori interessati | 300 | 100,0% | | |

Interazione tra lavoratore e datore di lavoro

| Modalità di ricerca del lavoro | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Modalità | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Ricerca porta a porta | 91 | 14,7% | 14,9% | 14,9% |
| Pubblicando annunci su giornali | 6 | 1,0% | 1,0% | 15,9% |
| Rispondendo annuncio su giornale | 49 | 7,9% | 8,0% | 23,9% |
| Tramite la scuola frequentata | 32 | 5,2% | 5,2% | 29,2% |
| Su segnalazioni di terzi (amici, ecc.) | 286 | 46,2% | 46,8% | 76,0% |
| Tramite i genitori | 55 | 8,8% | 8,9% | 84,9% |
| Inviando il curriculum via internet | 52 | 8,4% | 8,5% | 93,4% |
| Tramite i centri per l'impiego | 7 | 1,1% | 1,1% | 94,6% |
| Tramite agenzia privata (interinale, ecc.) | 9 | 1,5% | 1,5% | 96,1% |
| Tramite associazioni religiose e no-profit | 1 | 0,2% | 0,2% | 96,2% |
| Altro | 23 | 3,7% | 3,8% | 100,0% |
| Totale risposte | 610 | 98,7% | 100,0% | |
| Non specificato | 8 | 1,3% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Destinatario del CV inviato via internet | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Destinatario | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Associazione di categoria | 10 | 19,2% | 20,0% | 20,0% |
| Azienda | 40 | 76,9% | 80,0% | 100,0% |
| Totale risposte | 50 | 96,2% | 100,0% | |
| Non specificato | 2 | 3,8% | | |
| Totale lavoratori interessati | 58 | 100,0% | | |

| Consegna CV al datore di lavoro | | | | |
|---------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| No | 378 | 61,0% | 62,1% | 62,1% |
| Si | 230 | 37,2% | 37,9% | 100,0% |
| Totale risposte | 607 | 98,2% | 100,0% | |
| Non specificato | 11 | 1,8% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Colloquio con il datore di lavoro in sede di selezione | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| No | 135 | 21,8% | 24,5% | 24,5% |
| Si | 415 | 67,1% | 75,5% | 100,0% |
| Totale risposte | 550 | 88,9% | 100,0% | |
| Non specificato | 69 | 11,1% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Dimostrazione di abilità in sede di selezione | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| No | 349 | 56,4% | 69,5% | 69,5% |
| Si | 153 | 24,7% | 30,5% | 100,0% |
| Totale risposte | 502 | 81,1% | 100,0% | |
| Non specificato | 117 | 18,9% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Periodo di prova ai fini dell'assunzione | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| No | 189 | 30,5% | 34,1% | 34,2% |
| Si | 364 | 58,8% | 65,9% | 100,0% |
| Totale risposte | 552 | 89,3% | 100,0% | |
| Non specificato | 66 | 10,7% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Motivazioni dell'assunzione* | | | | |
|-------------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|--|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | |
| Buona presenza e portamento | 200 | 32,3% | 35,1% | |
| Professionalità ed esperienza | 159 | 25,7% | 27,9% | |
| Serietà sul lavoro | 285 | 46,1% | 50,1% | |
| Simpatia, cordialità | 233 | 37,7% | 40,9% | |
| Lavorare sotto stress | 64 | 10,4% | 11,2% | |
| Vocazione e passione | 24 | 3,9% | 4,2% | |
| Conoscenza delle lingue | 43 | 7,0% | 7,6% | |
| Titolo di studio | 23 | 3,7% | 4,0% | |
| Totale risposte | 569 | 92,1% | 100,0% | |
| Non specificato | 50 | 8,0% | | |
| Totale | 619 | 100,0 | | |

* ammesse due risposte per intervistato

| Qualifica | | | | |
|--------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Qualifica | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Addetto/a reception/segreteria | 68 | 11,0% | 11,1% | 11,1% |
| Cameriere/a in sala | 170 | 27,5% | 27,8% | 39,0% |
| Addetto/a servizi di pulizia | 31 | 5,0% | 5,1% | 44,0% |
| Addetto/a servizi di cucina | 92 | 14,9% | 15,1% | 59,1% |
| Tuttofare/fattorino | 20 | 3,2% | 3,3% | 62,4% |
| Commesso/a | 20 | 3,2% | 3,3% | 65,6% |
| Cassiere/a | 4 | 0,6% | 0,7% | 66,3% |
| Barista | 85 | 13,7% | 13,8% | 80,2% |
| Banconista | 8 | 1,3% | 1,3% | 81,5% |
| Bagnino | 57 | 9,2% | 9,2% | 90,7% |
| Marinaio di salvataggio | 11 | 1,8% | 1,8% | 92,5% |
| Gelataio/a | 4 | 0,6% | 0,7% | 93,1% |
| Addetto alla sicurezza | 5 | 0,8% | 0,8% | 93,9% |
| Addetto scalo | 5 | 0,8% | 0,8% | 94,8% |
| Addetto check-in | 5 | 0,8% | 0,8% | 95,6% |
| Animatore/animatrice | 3 | 0,5% | 0,5% | 96,1% |
| Parrucchiera/estetista | 4 | 0,6% | 0,7% | 96,7% |
| Altro | 20 | 3,2% | 3,3% | 100,0% |
| Totale risposte | 611 | 98,9% | 100,0% | |
| Non specificato | 7 | 1,1% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Tipologia di contratto | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Tipologia di contratto | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Apprendistato | 401 | 64,7% | 66,3% | 66,3% |
| Associazione in partecipazione | 5 | 0,8% | 0,8% | 67,2% |
| Lavoro subordinato stagionale | 159 | 25,7% | 26,4% | 93,5% |
| Collaborazione occasionale o a progetto | 1 | 0,2% | 0,2% | 93,7% |
| Lavoro interinale o in affitto | 1 | 0,2% | 0,2% | 93,9% |
| Contratto a tempo indeterminato | 1 | 0,2% | 0,2% | 94,0% |
| Collaboratore familiare | 6 | 1,0% | 1,0% | 95,0% |
| Voucher | 9 | 1,5% | 1,5% | 96,5% |
| Lavoro intermittente o a chiamata | 21 | 3,4% | 3,5% | 100,0% |
| Totale risposte | 603 | 97,6% | 100,0% | |
| Non specificato | 15 | 2,4% | | |

| Durata del contratto | | | | |
|-----------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Mesi | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| 1 mese | 4 | 0,6% | 0,8% | 0,8% |
| 2 mesi | 88 | 14,2% | 17,4% | 18,2% |
| 3 mesi | 306 | 49,4% | 60,4% | 78,6% |
| 4 mesi | 81 | 13,1% | 16,0% | 94,7% |
| 5 mesi | 12 | 1,9% | 2,4% | 97,0% |
| 6 mesi | 13 | 2,1% | 2,6% | 99,6% |
| Oltre 6 mesi | 2 | 0,3% | 0,4% | 100,0% |
| Totale risposte | 505 | 81,7% | 100,0% | |
| Non specificato | 113 | 18,3% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Orario di lavoro | | | | |
|-------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Full-time | 372 | 60,1% | 61,6% | 61,6% |
| Part-time | 231 | 37,3% | 38,4% | 100,0% |
| Totale risposte | 602 | 97,4% | 100,0% | |
| Non specificato | 16 | 2,6% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Tempo settimanale di lavoro | | | | |
|------------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Solo infrasettimanale | 16 | 2,6% | 2,6% | 2,6% |
| Anche il sabato e la domenica | 601 | 97,1% | 97,4% | 100,0% |
| Totale risposte | 617 | 99,7% | 100,0% | |
| Non specificato | 2 | 0,3% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Tempo giornaliero di lavoro | | | | |
|------------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Solo diurno | 394 | 63,7% | 68,5% | 68,5% |
| Anche notturno | 181 | 29,2% | 31,5% | 100,0% |
| Totale risposte | 575 | 92,9 % | 100,0% | |
| Non specificato | 44 | 7,1% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Pasto gratuito in azienda | | | | |
|----------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| No | 185 | 29,9% | 32,0% | 32,0% |
| Si | 394 | 63,7% | 68,0% | 100,0% |
| Totale risposte | 579 | 93,6% | 100,0% | |
| Non specificato | 40 | 6,4% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Alloggio | | | | |
|---------------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Titolo di disponibilità dell'alloggio | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Casa di proprietà o di famiglia | 385 | 62,1% | 62,7% | 62,7% |
| Presso l'azienda | 97 | 15,7% | 15,8% | 78,6% |
| In affitto da solo | 39 | 6,3% | 6,4% | 85,0% |
| In affitto con altri | 83 | 13,4% | 13,6% | 98,5% |
| Altro | 9 | 1,5% | 1,5% | 100,0% |
| Totale risposte | 613 | 99,0% | 100,0% | |
| Non specificato | 6 | 1,0% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Soddisfazione per il lavoro | | | | |
|------------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Grado di soddisfazione | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Molto | 157 | 25,4% | 25,5% | 25,5% |
| Abbastanza | 367 | 59,3% | 59,6% | 85,1% |
| Poco | 76 | 12,2% | 12,3% | 97,4% |
| Per nulla | 16 | 2,6% | 2,6% | 100,0% |
| Totale risposte | 615 | 99,5% | 100,0% | |
| Non specificato | 3 | 0,5% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Motivi di insoddisfazione* | | | |
|-----------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide |
| Turni di lavoro | 297 | 48,0% | 53,7% |
| Retribuzione non adeguata | 150 | 24,2% | 27,1% |
| Scarso interesse per il lavoro | 54 | 8,7% | 9,8% |
| Mananza di preparazione | 40 | 6,5% | 7,2% |
| Scarse possibilità di carriera | 204 | 33,0% | 36,9% |
| Totale risposte | 554 | 89,5% | 100,0% |
| Non specificato | 65 | 10,5% | |
| Totale | 619 | 100,0% | |

* ammesse due risposte per intervistato

| Soddisfazione per la retribuzione | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| No | 185 | 29,9% | 30,9% | 30,9% |
| Sì | 414 | 67,9% | 69,1% | 100,0% |
| Totale risposte | 599 | 96,8% | 100,0% | |
| Non specificato | 20 | 3,2% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

Fabbisogni formativi

| Conoscenza di almeno una lingua straniera | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Sì | 523 | 84,5% | 86,1% | 86,1% |
| No | 84 | 13,6% | 13,9% | 100,0% |
| Totale risposte | 607 | 98,1% | 100,0% | |
| Non specificato | 12 | 1,9% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Numero di lingue straniere conosciute | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Nessuna | 84 | 13,6% | 14,1% | 14,1% |
| Una lingua | 248 | 40,1% | 41,6% | 55,7% |
| Due lingue | 160 | 25,9% | 26,9% | 82,7% |
| Tre lingue | 85 | 13,8% | 14,3% | 97,0% |
| Quattro lingue | 17 | 2,8% | 2,9% | 99,8% |
| Cinque lingue | 1 | 0,2% | 0,2% | 100,0% |
| Totale risposte | 594 | 96,1% | 100,0% | |
| Non specificato | 24 | 3,9% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Lingue straniere conosciute | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|
| Lingua straniera | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide |
| Inglese | 436 | 70,6% | 85,5% |
| Francese | 156 | 25,2% | 30,6% |
| Spagnolo | 98 | 15,8% | 19,0% |
| Tedesco | 52 | 8,4% | 10,2% |
| Russo | 46 | 7,4% | 9,0% |
| Rumeno | 24 | 3,9% | 4,7% |
| Albanese | 11 | 1,8% | 2,2% |
| Polacco | 9 | 1,5% | 1,8% |
| Portoghese | 7 | 1,1% | 1,4% |
| Arabo | 6 | 1,0% | 1,2% |
| Moldavo | 5 | 0,8% | 1,0% |
| Greco | 4 | 0,6% | 0,8% |
| Ucraino | 4 | 0,6% | 0,8% |
| Cinese | 3 | 0,5% | 0,6% |
| Giapponese | 3 | 0,5% | 0,6% |
| Macedone | 2 | 0,3% | 0,4% |
| Bulgaro | 2 | 0,3% | 0,4% |
| Senegalese | 1 | 0,2% | 0,2% |
| Marocchino | 1 | 0,2% | 0,2% |
| Thailandese | 1 | 0,2% | 0,2% |
| Ungherese | 2 | 0,3% | 0,4% |
| Olandese | 1 | 0,2% | 0,2% |
| Croato | 1 | 0,2% | 0,2% |
| Svedese | 1 | 0,2% | 0,2% |
| Totale intervistati | 511 | 82,5% | 100,0% |
| Non specificato | 12 | 17,5% | |
| Totale lavoratori che conoscono almeno una lingua | 523 | 100,0% | |

| Capacità di sostenere una conversazione in una lingua straniera conosciuta | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Sì | 462 | 74,6% | 91,6% | 91,6% |
| No | 42 | 6,8% | 8,4% | 100,0% |
| Totale risposte | 504 | 81,4% | 100,0% | |
| Non specificato | 115 | 18,6% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Capacità di scrivere una lettera in una lingua straniera conosciuta | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Sì | 392 | 63,3% | 78,6% | 78,6% |
| No | 107 | 17,3% | 21,4% | 100,0% |
| Totale risposte | 499 | 80,6% | 100,0% | |
| Non specificato | 120 | 19,4% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Capacità di utilizzare il computer | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Sì | 553 | 89,3 | 90,6 | 90,6% |
| No | 57 | 9,2% | 9,4% | 100,0% |
| Totale risposte | 610 | 98,5% | 100,0% | |
| Non specificato | 9 | 1,5% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Programmi informatici maggiormente conosciuti | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|--|
| Programma | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | |
| Word | 333 | 60,3% | 86,5% | |
| Excel | 239 | 43,3% | 62,1% | |
| Powerpoint | 156 | 5,4% | 7,8% | |
| Photoshop | 54 | 0,9% | 1,3% | |
| Autocad | 30 | 9,8% | 14,0% | |
| Illustrator | 11 | 1,3% | 1,8% | |
| Hotel 2000 | 7 | 28,3% | 40,5% | |
| Openoffice/Libreoffice | 5 | 2,0% | 2,9% | |
| Access | 5 | 0,7% | 1,0% | |
| Passpartout | 4 | 0,5% | 0,8% | |
| Indesign | 4 | 0,5% | 0,8% | |
| Grand Hotel | 3 | 0,4% | 0,5% | |
| Rhinoceros | 3 | 0,4% | 0,5% | |
| C++ | 2 | 0,7% | 1,0% | |
| Mysql | 2 | 0,4% | 0,5% | |
| Paint | 2 | 0,9% | 1,3% | |
| Sap2000 | 2 | 0,4% | 0,5% | |
| Totale risposte | 385 | 69,6% | 100,0% | |
| Non specificato | 168 | 30,4% | | |
| Totale lavoratori con conoscenze informatiche | 553 | 100,0 | | |

| Formazione specifica ricevuta | | | | |
|--------------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Attività formativa | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Corsi di formazione specifici | 69 | 11,1% | 11,4% | 11,4% |
| On-the-job training | 367 | 59,3% | 61,2% | 72,6% |
| Stage/tirocinio | 49 | 7,9% | 8,2% | 80,8% |
| Nessuna | 115 | 18,6% | 19,2% | 100,0% |
| Totale risposte | 600 | 96,9% | 100,0% | |
| Non specificato | 19 | 3,1% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Soggetto promotore dell'attività formativa ricevuta | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Iniziativa personale | 448 | 72,4% | 74,4% | 74,4% |
| Scuola | 39 | 6,3% | 6,5% | 80,9% |
| Datore di lavoro | 87 | 14,1% | 14,4% | 95,3% |
| Genitori | 28 | 4,5% | 4,7% | 100,0% |
| Totale risposte | 602 | 97,2% | 100,0% | |
| Non specificato | 17 | 2,7% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Disponibilità a seguire corsi di formazione specifici | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Sì | 416 | 67,2% | 67,8% | 67,8% |
| No | 198 | 32,0% | 32,2% | 100,0% |
| Totale risposte | 614 | 99,2% | 100,0% | |
| Non specificato | 5 | 0,8% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Periodo migliore per seguire corsi di formazione | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Prima della stagione estiva | 105 | 25,2% | 25,7% | 25,7% |
| Dopo la stagione estiva | 61 | 14,7% | 15,0% | 40,7% |
| Altro periodo | 242 | 58,2% | 59,3% | 100,0% |
| Totale risposte | 408 | 98,1% | 100,0% | |
| Non specificato | 8 | 1,9% | | |
| Totale lavoratori disponibili | 416 | 100,0% | | |

| Disponibilità di tempo per seguire corsi di formazione | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Due/tre giorni | 178 | 28,8% | 32,8% | 32,8% |
| Una settimana | 109 | 17,6% | 20,1% | 52,9% |
| Dieci giorni | 86 | 13,9% | 15,8% | 68,8% |
| Un mese | 169 | 27,3% | 31,2% | 100,0% |
| Totale risposte | 542 | 87,6% | 100,0% | |
| Non specificato | 77 | 12,4% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Disponibilità a frequentare un corso di formazione a pagamento | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Sì | 343 | 55,4% | 57,2% | 57,2% |
| No | 257 | 41,5% | 42,8% | 100,0% |
| Totale risposte | 600 | 96,9% | 100,0% | |
| Non specificato | 19 | 3,1% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Disponibilità a frequentare corsi durante l'estate (solo lavoratori part-time) | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Sì | 44 | 19,0% | 36,7% | 36,7% |
| No | 76 | 32,9% | 63,3% | 100,0% |
| Totale risposte | 120 | 51,9% | 100,0% | |
| Non specificato | 111 | 48,2% | | |
| Totale lavoratori part-time | 231 | 100,0% | | |

| Disponibilità ad anticipare l'arrivo a Rimini per frequentare corsi di formazione (solo lavoratori provenienti da fuori Rimini) | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| No | 41 | 23,4% | 30,4% | 30,4% |
| Sì, se i costi sono tutti coperti | 66 | 37,7% | 48,9% | 79,3% |
| Sì | 28 | 16,0% | 20,7% | 100,0% |
| Totale risposte | 135 | 77,1% | 100,0% | |
| Non specificato | 40 | 22,9% | | |
| Totale lavoratori provenienti da fuori Rimini | 175 | 100,0% | | |

| Argomenti utili per un possibile corso formativo | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|--|
| Programma | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | |
| sapersi rapportare con i clienti | 115 | 18,6% | 20,8% | |
| competenze specifiche del mestiere scelto | 254 | 41,0% | 45,8% | |
| capacità di organizzare il lavoro | 155 | 25,1% | 28,0% | |
| lingue straniere | 229 | 37,1% | 41,3% | |
| informatica | 67 | 10,8% | 12,1% | |
| sicurezza, pronto soccorso | 85 | 13,8% | 15,3% | |
| qualità del servizio | 72 | 11,7% | 13,0% | |
| altro | 7 | 1,1% | 1,3% | |
| Totale risposte | 554 | 89,5% | 100,0% | |
| Non specificato | 65 | 10,5% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

Esperienza lavorativa e prospettive di carriera

| Esperienza maturata nel lavoro stagionale | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Numero di stagioni | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Prima stagione | 157 | 25,4% | 25,6% | 25,6% |
| Da due stagioni | 127 | 20,5% | 20,6% | 46,2% |
| Da trestagioni | 102 | 16,5% | 16,6% | 62,8% |
| Oltre tre stagioni | 228 | 36,8% | 37,2% | 100,0% |
| Totale risposte | 614 | 99,2% | 100,0% | |
| Non specificato | 5 | 0,8% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Area di lavoro delle precedenti stagioni (per chi è almeno alla seconda stagione estiva) | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Area | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Sempre prov. rimini | 260 | 56,9% | 80,2% | 80,2% |
| Anche fuori provincia | 64 | 14,0% | 19,8% | 100,0% |
| Totale risposte | 324 | 70,9% | 100,0% | |
| Non specificato | 133 | 29,1% | | |
| Totale lavoratori con esperienza | 457 | 100,0% | | |

| Datore di lavoro nel 2012 (per chi è almeno alla seconda stagione estiva) | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Stessa azienda | 224 | 49,1% | 49,6% | 49,6% |
| No | 229 | 50,1% | 50,4% | 100,0% |
| Totale risposte | 453 | 99,2% | 100,0% | |
| Non specificato | 4 | 0,8% | | |
| Totale lavoratori interessati | 457 | 100,0% | | |

| Settore di occupazione nel 2012 | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Altro settore | 84 | 36,7% | 44,4% | 44,4% |
| Stesso settore | 105 | 45,9% | 55,6% | 100,0% |
| Totale risposte | 189 | 82,6% | 100,0% | |
| Non specificato | 40 | 17,4% | | |
| Totale lavoratori interessati | 229 | 100,0% | | |

| Occupazione nel periodo invernale | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Non occupato | 483 | 78,0% | 78,5% | 78,5% |
| Occupato | 132 | 21,4% | 21,5% | 100,0% |
| Totale risposte | 615 | 99,4% | 100,0% | |
| Non specificato | 4 | 0,6% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Area di lavoro nel periodo invernale | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Provincia di Rimini | 70 | 53,0% | 53,0% | 54,30% |
| Altra provincia italiana | 46 | 34,8% | 34,8% | 35,70% |
| Estero | 13 | 9,8% | 9,8% | 10,10% |
| Totale risposte | 129 | 97,7% | 97,7% | 100,00% |
| Non specificato | 3 | 2,3% | 2,3% | |
| Totale lavoratori interessati | 132 | 100,0% | 100,00% | |

| Datore di lavoro nel periodo invernale | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Tipologia | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Albergo | 20 | 15,2% | 15,5% | 15,5% |
| Negoziò/pubblico esercizio | 54 | 40,9% | 41,9% | 57,4% |
| Altro | 55 | 41,7% | 42,6% | 100,0% |
| Totale risposte | 129 | 97,7% | 100,0% | |
| Non specificato | 3 | 2,3% | | |
| Totale lavoratori interessati | 132 | 100,0% | | |

| Causa di inattività nel periodo invernale | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| Categoria di appartenenza | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Studente | 212 | 43,9% | 44,2% | 44,2% |
| Disoccupato | 205 | 42,4% | 42,7% | 86,9% |
| casalinga | 38 | 7,9% | 7,9% | 94,8% |
| Cura verso i familiari | 5 | 1,0% | 1,0% | 95,8% |
| Altro | 20 | 4,1% | 4,2% | 100,0% |
| Totale risposte | 480 | 99,4% | 100,0% | |
| Non specificato | 3 | 0,6% | | |
| Totale lavoratori interessati | 483 | 100,0% | | |

| Condizione occupazione non stagionale negli ultimi anni | | | | |
|--|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Non occupato | 393 | 63,4% | 65,8% | 65,8% |
| Occupato | 204 | 33,0% | 34,2% | 100,0% |
| Totale risposte | 597 | 96,4% | 100,0% | |
| Non specificato | 22 | 3,6% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

| Causa di perdita del lavoro non stagionale | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| Cessazione attività | 26 | 12,7% | 15,2% | 15,2% |
| Licenziamento | 69 | 33,8% | 40,4% | 55,6% |
| Lavoratore atipico | 9 | 4,4% | 5,3% | 60,8% |
| Dimissioni | 62 | 30,4% | 36,3% | 97,1% |
| Occupato in altra attività | 5 | 2,5% | 2,9% | 100,0% |
| Totale risposte | 171 | 83,8% | 100,0% | |
| Non specificato | 33 | 16,2% | | |
| Totale lavoratori interessati | 204 | 100,0% | | |

| Motivazioni sottese alla scelta di offrire lavoro come stagionali* | | | | |
|---|-----------------|------------------------|--------------------------------|--|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | |
| Retribuzione economica | 264 | 42,6% | 44,6% | |
| Sviluppare rapporti interpersonali | 186 | 30,0% | 31,4% | |
| Mettere in pratica la professionalità acquisita | 135 | 21,8% | 22,8% | |
| Fare carriera | 84 | 13,6% | 14,2% | |
| Facilità di imparare un mestiere | 95 | 15,3% | 16,0% | |
| Brevità/stagionalità del lavoro | 137 | 22,1% | 23,1% | |
| Non voler continuare a studiare | 41 | 6,6% | 6,9% | |
| Facile opportunità di lavoro | 44 | 7,1% | 7,4% | |
| Totale risposte | 592 | 95,6% | 100,0% | |
| Non specificato | 27 | 4,4% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

* ammesse due risposte per intervistato

| Prospettive di carriera | | | | |
|---------------------------------|-----------------|------------------------|--------------------------------|----------------------|
| | n° intervistati | Percentuale sul totale | Percentuale su risposte valide | Percentuale cumulata |
| No è solo un lavoro occasionale | 217 | 35,1% | 35,5% | 35,5% |
| Solo per alcuni anni | 217 | 35,1% | 35,5% | 71,0% |
| Sì | 177 | 28,5% | 29,0% | 100,0% |
| Totale risposte | 611 | 98,7% | 100,0% | |
| Non specificato | 8 | 1,3% | | |
| Totale | 619 | 100,0% | | |

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

Arulampalam L., Booth, A. L. (1998). Training and labour market flexibility, is there a trade-off?, *British Journal of Industrial Relations*, 36: 521-536.

Banca d'Italia (2013). Economie regionali. L'economia dell'Emilia-Romagna.

Bassanini A., Booth A.L., Brunello G., De Paola M., Leuven E. (2007). Workplace training in Europe, in Brunello G., Garibaldi P., Wasmer E. (Eds.), *Education and Training in Europe*, Oxford: Oxford University Press.

Bergami M., Bagozzi R.P. (2000). Self-categorization, affective commitment and group self-esteem as distinct aspects of social identity in the organization, *British Journal of Social Psychology*, 39 (4): 555-577.

Boheim R., Booth A.L. (2004). Trade union presence and employer-provided training in Great Britain, *Industrial Relations*, 43(3): 520-543.

Booth, A. L., Francesconi, M., Frank, J. (2002). Temporary jobs: stepping stones or dead ends? *The Economic Journal*, 112: F189–F213.

Camera di Commercio di Rimini (2012). Indicatori statistici. Provincia di Rimini.

Camera di Commercio di Rimini (2013a). Economia del Territorio. Rapporto sull'Economia della provincia di Rimini. Demografia delle imprese.

Camera di Commercio di Rimini (2013b). Distretto del turismo. Provincia di Rimini. Anno 2012.

Dell'Aringa C. (2009). I lavori temporanei e le transizioni verso il mercato del lavoro, in CNEL, *Il lavoro che cambia. Contributi tematici e Raccomandazioni*, Rapporto presentato alla Camera dei Deputati il 2 febbraio 2009.

Farber H.S. (1999). Alternative and part-time employment as a response to job-loss, *Journal of Labor Economics*, 17(4): S142-169.

Meyer, J. P., Allen N. J. (1997). *Commitment in the workplace*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Morandin G., Bergami M. (2014). Schema-based sensemaking of the decision to participate and its effects on job performance. *European Management Review*, forthcoming.

Provincia di Rimini (2013a). Rapporto sul mercato del lavoro in Provincia di Rimini. Anno 2012.

Provincia di Rimini (2013b). Movimento Turistico nelle strutture ricettive.

Vergori A.S (2010). La stagionalità della domanda di servizi turistici: un'analisi econometrica, *Economia dei Servizi*, 1: 29-49.

Unioncamere (2013a). Impresa Turismo 2013.

Unioncamere (2013b). Sistema informativo Excelsior. Sintesi dei principali risultati.

World Tourism Organization (2013). 2012 International Tourism Results and Prospects for 2013.

World Travel & Tourism Council (2013). Travel & Tourism Economic Impact 2013.

