

A cura di



Percorso di indagine
sui fabbisogni formativi
del settore turistico
nella provincia di
FERRARA



realizzato da





L'Ente Bilaterale Unitario Regionale del Turismo (EBURT) è un organismo previsto dal Contratto Nazionale di Lavoro per i dipendenti delle imprese del turismo, che vede la partecipazione delle organizzazioni sindacali dei lavoratori, Filcams-CGIL, Fisascat-CISL e Uiltucs-UIL, e di tutte le associazioni del settore turismo aderenti alla Confcommercio, e cioè Federalberghi Emilia Romagna, FIPE (Federazione Pubblici esercizi), FIAVET (Federazione Agenzie di Viaggio) e FAITA (Federazione Campeggi).

È uno strumento nato per offrire opportunità di sviluppo al settore turismo nei territori della regione Emilia Romagna e rappresenta un'innovazione importante nelle relazioni tra Impresa e lavoratori.

Elemento essenziale dell'Ente è la diffusione e sensibilizzazione circa iniziative realizzabili attraverso i servizi dell'EBURT, in particolare in materia di formazione e qualificazione professionale per gli aderenti all'ente, al fine di poter contribuire al miglioramento culturale e professionale dei lavoratori, favorendo l'acquisizione di più elevati valori professionali appropriati alle caratteristiche delle attività dei comparti turistici, ha anche il compito di promuovere, sulla base di quanto demandato dalla contrattazione collettiva territoriale e nel rispetto delle normative vigenti, delle iniziative di sviluppo per l'innovazione delle imprese e di qualificazione dei lavoratori.



AGENZIA GENERALE STUDI E GESTIONI SRL

Percorso di indagine sui fabbisogni
formativi del settore turistico nella
provincia di Ferrara

A CURA DI



RINGRAZIAMENTI

Un particolare ringraziamento a:

Davide Bellotti, Assessore Provinciale al Turismo della Provincia di Ferrara per la disponibilità dimostrata.

Dott.ssa Barbara Celati del Servizio politiche del Lavoro della Provincia di Ferrara

Dott. Guido Caselli, Direttore dell'Area Studi e Ricerche di Unioncamere Emilia-Romagna. Dott. Antonio Picariello Direttore INPS Sede di Ferrara

ASCOM Confcommercio Ferrara nelle persone di:

Il Direttore di Ascom il Dott. Claudio Trentini i collaboratori Simona Tumiatei, Patrizia Stroppa per il supporto logistico, conoscitivo e organizzativo e Davide Duo e Zelio Dario Rondina per i contributi informativi e l'organizzazione dei focus.

Ristorante Albergo "Oasi di Canneviè" per l'ospitalità offertaci e a tutte le imprese coinvolte nei focus e nelle interviste per la disponibilità e la qualità dei loro contributi:

Alba srl ristorazione

Ristorante Alle Aie sul Lago

Fattorie del Delta

Ristorante Ferrari di Goro

Locanda del Passo Pomposa

Hotel Spiaggia Romea

Hotel Luna Blu

Hotel White Palace

Camping Florenz

Delta Excursion



Un sentito grazie va infine al C.S.T. Centro Servizi Territoriale della Provincia di Ferrara e EBURT Ente Bilaterale Unitario Regionale Turismo Emilia-Romagna.

COMITATO TECNICO SCIENTIFICO

- *Monica Vallicelli AGSG SRL*
- *Luca Minguzzi ARTEMIS SRL*
- *Francesca Liverani ARTEMIS SRL*
- *Leonora Battistini ARTEMIS SRL*
- *Giorgio Zattoni UIL – UILTUCS FERRARA*

FONTI

- *Provincia di Ferrara: Osservatorio Mercato del Lavoro dei Centri per l'Impiego*
- *Provincia di Ferrara: Servizio Formazione Professionale e Politiche del Lavoro*
- *Provincia di Ferrara: Ufficio Turismo e Ufficio Statistico*
- *Ufficio Studi della Camera di Commercio di Ferrara*
- *Regione Emilia-Romagna Servizio Formazione Professionale e Politiche del Lavoro*
- *EBURT Ente Bilaterale Unitario Regionale Turismo Emilia-Romagna*
- *Ufficio Studi di Unioncamere Regione Emilia-Romagna*
- *Banca Dati Aida*
- *Banca Dati Excelsior - Infocamere*
- *ISTAT*
- *INPS*

GRUPPO DI LAVORO

- *Davide Stefanelli*
- *Leonora Battistini*
- *Luca Minguzzi*
- *Lucia Ricci*
- *Giuseppe Silvestris*
- *Monica Vallicelli*

INDICE

PREMESSA

OBIETTIVI E METODOLOGIE

CAPITOLO 1 CARATTERISTICHE E TENDENZE DEL COMPARTO TURISTICO DELLA PROVINCIA FERRARA

- 1.1. Caratteristiche territorio e ambiti caratterizzanti il comparto*
- 1.2. Analisi dei flussi*
- 1.3. Flussi per tipologie di aree della Provincia*
- 1.4. Struttura ricettiva*
- 1.5. Stagionalità*
- 1.6. Sintesi degli aspetti di maggior rilievo emersi*

CAPITOLO 2 IL SISTEMA IMPRENDITORIALE

- 2.1. Quadro economico di sintesi della Provincia di Ferrara*
- 2.2. L'analisi di bilancio delle aziende della provincia di Ferrara del settore Alloggio e attività di servizio di ristorazione*
- 2.3. Sintesi degli aspetti di maggior rilievo emersi*

CAPITOLO 3 IL MERCATO DEL LAVORO NEL SETTORE TURISMO

- 3.1. Analisi avviamenti e cessazioni per settore (alberghi, ristoranti, campeggi ecc)*
- 3.2. Analisi domanda per genere*
- 3.3. Analisi domanda per tipologia di contratto*
- 3.4. Analisi domanda di lavoratori immigrati*
- 3.5. Analisi relative alle professioni*
- 3.6. Analisi dei dati INPS*
- 3.7. Sintesi degli aspetti di maggior rilievo emersi*

CAPITOLO 4 PRESENTAZIONE DEI RISULTATI RILEVATI DA INTERVISTE E FOCUS GROUP

- 4.1. Elementi generali di contesto emersi dai focus e dalle interviste in profondità*

4.2. Gli assi strategici generali emersi dai focus tematici e dalla interviste in profondità con gli imprenditori

4.3. Gli approfondimenti legati ai comparti e agli ambiti territoriali specifici

CAPITOLO 5 PRESENTAZIONE DEI RISULTATI RILEVATI TRAMITE INTERVISTE E QUESTIONARI AI LAVORATORI

5.1. Metodologia di indagine e gruppo campione

5.2. I dati relativi ai bisogni di formazione

5.3. I dati relativi alla criticità riscontrate

5.4. I suggerimenti

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

ALLEGATI

Allegato 1 Questionario di analisi dei bisogni formativi

Allegato 2 Schema di struttura dell'intervista in profondità

PREMESSA

Lo scopo che si prefigge questo lavoro è quello di mettere in relazione fra loro alcuni dati generali sul settore del turismo in Provincia di Ferrara con informazioni di natura più qualitativa emerse dall'incontro con i vari attori presenti sul territorio che hanno apportato una loro vision generale, identificando problemi e tracciando possibili soluzioni legate al mercato del lavoro nel settore turismo e a nuclei di bisogni formativi emergenti.

Per meglio comprendere il contesto in cui l'indagine si muove, è utile partire da alcune riflessioni.

L'attuale fase di recessione, i cui effetti negativi potrebbero protrarsi anche a tutto il 2010, ha portato ad una riduzione dei consumi di beni secondari, costringendo, per esempio, molti cittadini europei a rivedere il proprio approccio all'acquisto di soggiorni.

Segnali di rallentamento della stagione turistica vengono da analisti e operatori turistici e riguardano, infatti, sia la flessione della domanda domestica sia la diminuzione del turismo straniero in Italia.

L'arte e la cultura, uno dei pilastri dell'offerta italiana, appaiono in forte difficoltà: le principali città d'arte Roma, Firenze e Venezia, in cui si concentra il 70% del turismo culturale italiano, registrano

performance negative dopo anni di crescita, e ciò ha avuto ripercussioni anche sullo sviluppo dei luoghi minori, fra cui anche la città di *Ferrara* che ha registrato nel 2009 un *calo di presenze* più accentuato della media delle città d'arte, che si è attestata tra -5 e -7%.

Per quanto riguarda la nostra regione, se da un lato la flessione del movimento turistico nel 2008 e nel 2009 è risultata tutto sommato abbastanza contenuta, è nelle spese e consumi durante la vacanza che la contrazione appare molto più marcata. Il sondaggio sugli operatori indica un calo per commercio turistico, alloggi e alimentari. In diminuzione anche la spesa per i parchi divertimento e l'intrattenimento notturno, key assets dell'offerta turistica della riviera emiliano romagnola.

Si confermano alcuni elementi di problematicità tipici di una industria turistica matura: forte stagionalità (85% delle presenze tra giugno e settembre e 80% delle strutture ad apertura stagionale), riduzione costante della permanenza media, riduzione della redditività (in particolare delle strutture alberghiere meno qualificate), dimensioni generalmente medio/piccole delle strutture, invecchiamento del patrimonio immobiliare, forte competizione sui prezzi soprattutto con i mercati stranieri, carenze nella formazione e nel ricambio generazionale degli imprenditori.

In questo contesto incerto e di grande trasformazioni socio-economiche il comparto turistico in Provincia di Ferrara ha mostrato una sostanziale tenuta nel 2008, in linea con il trend positivo di medio periodo, e un marcato peggioramento nel 2009 caratterizzato da una sostanziale tenuta dei Lidi ma da una decisa contrazione del comparto legato a Ferrara città.

Pur in una annata difficile, eccellenti sono state le performance dei campeggi, espressione di una imprenditoria capace di leggere il mercato italiano e internazionale e di creare innovazione di prodotto, differenziandosi dai competitor regionali.

L'impressione che abbiamo tratto intervistando gli attori del sistema turistico provinciale è stata comunque quella di una inattesa vitalità, accompagnata da una buona propensione all'innovazione e al cambiamento, elementi di buon auspicio per il prossimo futuro.

La grande disponibilità offerta a partecipare ad interviste e focus group mostra come sia presente un substrato culturale aperto al confronto e all'innovazione, sebbene calato all'interno di una cronica e storica difficoltà a creare un sistema integrato.

Di seguito vengono presentati i dati più significativi relativi al comparto turistico in relazione al sistema imprenditoriale e all'analisi della domanda di lavoro nonché una sintesi dei numerosi spunti emersi attraverso i focus e le interviste in profondità.

OBIETTIVI E METODOLOGIE

La finalità principale di questa ricerca è stata quella di fornire alcuni spunti di riflessione e di identificare alcuni possibili macro-bisogni fornendo un quadro di insieme del comparto turistico di Ferrara, anche in rapporto alla Regione Emilia Romagna, attraverso l'analisi di alcuni fattori costitutivi:

1. Caratteristiche dei comparti afferenti al settore con indagine relativa alle strutture ricettive, alle dinamiche dei flussi e alle caratteristiche di stagionalità;
2. Analisi macro e micro economica relativa agli andamenti delle imprese del settore con un confronto delle performance ottenute negli ultimi anni;
3. Analisi delle dinamiche del mercato del lavoro e dei processi evolutivi in essere;
4. Ricognizione relativa agli indirizzi politico-programmatici;
5. Analisi qualitativa legata a nuove professionalità e fabbisogni formativi emergenti.

A livello metodologico si sono adottate due differenti metodologie:

La prima, centrata sulla ricerca e analisi di dati di tipo quantitativo, ha comportato la raccolta e l'organizzazione di una pluralità di

informazioni sia tramite la ricerca in rete, sia attraverso la diretta collaborazione dei vari osservatori statistici presenti all'interno delle pubbliche amministrazioni provinciali e regionali (Unioncamere, CCIAA provinciale, Osservatori del Mercato del Lavoro regionali e provinciali, Uffici Turismo, Osservatori e uffici statistici provinciali, ISTAT, INPS, Banca Dati Aida).

La seconda, di tipo qualitativo, si è basata sul coinvolgimento di una pluralità di attori e di stakeholders, e tramite metodologie di:

- interviste in profondità
- gruppi di discussione (focus group)

L'obiettivo di fondo di una ricerca qualitativa è quello di andare in profondità per svelare la complessità del fenomeno indagato, per tale motivo ne consegue che il rapporto di intervista è stato flessibile, in modo da potersi adattare alle diverse attitudini personali degli intervistati.

L'intervista in profondità ha fornito ottime informazioni in quanto ogni soggetto intervistato, è stato lasciato relativamente libero di esprimere le sue opinioni e le sue osservazioni sul tema oggetto d'indagine.

I gruppi di discussione (focus group), anche se meno ricchi sul piano dell'informazione individuale, hanno permesso il confronto delle opinioni e delle osservazioni del gruppo, e hanno fatto

emergere elementi di consenso sulla base di pareri comuni. Questa metodologia ha favorito la creazione di gruppi di lavoro per l'identificazione di nuclei di bisogni formativi. Tali nuclei, elaborati tramite metodologia di S.W.O.T. Analysis (*Strumento di pianificazione strategica usata per valutare i punti di forza [Strengths], debolezza [Weaknesses], le opportunità [Opportunities] e le minacce [Threats] di un progetto*), hanno offerto un importante quadro di sintesi e proposto spunti di riflessione e ipotesi di progetti operativi.

Il primo dei focus group è stato svolto presso l'Assessorato al Turismo della Provincia di Ferrara con la partecipazione dell'Assessore Provinciale al Turismo Davide Bellotti.

Gli altri due focus group sono stati realizzati presso l'Oasi di Canneviè di Volano con la partecipazione di imprenditori operanti sulla costa e imprenditori legati al "comparto verde" e operanti nella fascia più interna del territorio.

L'analisi del territorio centese è stata invece realizzata attraverso interviste telefoniche in profondità.

Per quanto riguarda, infine, il coinvolgimento dei lavoratori impiegati nel settore si è optato per la somministrazione di un

questionario che ha permesso di rilevare alcuni bisogni formativi su un campione di soggetti.

CAPITOLO 1

CARATTERISTICHE E TENDENZE DEL COMPARTO TURISTICO NELLA PROVINCIA DI FERRARA

1.1. Caratteristiche territorio e ambiti caratterizzanti il comparto

La pianura ferrarese, con i suoi molteplici paesaggi, si contraddistingue per la fitta trama dei corsi d'acqua che l'attraversano, connessi al sistema deltizio, e per le numerose testimonianze dello stretto rapporto tra gli insediamenti umani e la gestione delle acque, che ha generato nel tempo, attraverso l'opera continua di bonifica, un assetto territoriale peculiare, un paesaggio culturale in cui si possono leggere i segni dei processi di trasformazione operati nel tempo dalle sue genti.

Nel 1995, Ferrara e il suo Delta del Po sono stati iscritti nella lista del Patrimonio Mondiale UNESCO, un riconoscimento peculiare innanzitutto per la grande estensione del sito stesso che abbraccia Ferrara, città del Rinascimento, le Delizie, residenze dei duchi d'Este, e il Delta del Po, eccezionale esempio di paesaggio culturale pianificato.

Ferrara è stata un importante centro medioevale e una delle corti più sfarzose del Rinascimento. Città d'arte e di cultura tra le maggiori d'Italia, deve la sua importanza, in primo luogo, al Palazzo dei Diamanti, sede di mostre prestigiose, e dalle stagioni di altissima qualità del suo Teatro Comunale.

Ferrara è inoltre sede di manifestazioni storico-rievocative di grande richiamo come il Palio di San Giorgio, il più antico d'Italia, di avvenimenti musicali come il Ferrara Buskers Festival e di una grande kermesse dedicata al mondo delle mongolfiere, il Ferrara Balloons Festival.

Inclusa nella perimetrazione del sito UNESCO, è la vasta area ferrarese ad alto valore naturalistico e ambientale tutelata dal **Parco Regionale del Delta del Po** che si estende da nord, dalla Stazione di Volano-Mesola-Goro, a sud nella Provincia di Ferrara, con la Stazione del centro storico di Comacchio e delle sue Valli, fino ad ovest, alla Stazione della Valli di Argenta - Campotto.

Istituito per la difesa ambientale delle zone umide e boschive litoranee collegate al tratto finale del fiume, il Parco, di carattere interprovinciale ed in collegamento tra le Province di Ferrara e Ravenna, ha fornito anche un supporto al rilancio turistico di alcune località presenti a margine o all'interno dell'area vincolata, cercando di coniugare, non senza difficoltà, lo sviluppo delle potenzialità turistiche delle aree verdi con le esigenze di conservazione delle risorse ambientali.

L'area del Parco lambisce il cordone costiero, dove si sviluppa la realtà turistica dei **Lidi di Comacchio**, centri balneari caratterizzati da una straordinaria ricchezza di offerta di soggiorno, *leisure*, divertimento, sport, eventi, etc. a cui si è aggiunta di recente anche l'offerta legata al benessere e al termalismo. Si tratta di una realtà fondata sostanzialmente sul prodotto turistico balneare tradizionale, che costituisce la principale per consistenza economica nel contesto provinciale.

Negli ultimi anni, inoltre, è stata intensificata l'attività di valorizzazione del patrimonio ambientale legato al fiume per lo sviluppo di forme di turismo "verde".

Nelle **terre "di mezzo"**, infatti, il recente sviluppo di piccole strutture, legate al turismo rurale e all'agriturismo, ha fornito una dotazione di nuovi posti letto nei luoghi "minori", come ad esempio lungo l'asta fluviale del Po Grande e del Po di Volano.

Proprio in quest'ambito è piuttosto ampia l'offerta per il cicloturismo, grazie anche alle caratteristiche geografiche del territorio e alla naturale vocazione all'uso della bicicletta dei suoi abitanti. Il Percorso cicloturistico Destra Po è certamente l'elemento cardine di questa offerta, insieme all'articolata rete di itinerari nel verde adatti alla bici, lungo strade arginali o attraverso oasi naturalistiche.

Anche la presenza diffusa di **produzioni agroalimentari** tipiche locali di elevata qualità, che costituiscono una importante risorsa

produttiva tutelata, rappresentano la testimonianza di un settore che ha radici antiche e che costituisce un importante fattore integrato dell'offerta turistica, grazie ad una enogastronomia rinomata e altamente qualificata centrata proprio sui prodotti tipici locali e sulla tradizione.

Questi importanti fattori di attrattiva si coniugano con un tessuto importante di servizi di ristorazione, di imprese agricole e di aziende di produzioni alimentari tipiche aperte ai turisti che, spesso in forma associata come nel caso della Strada dei Vini e dei Sapori della provincia di Ferrara, creano e commercializzano proposte turistiche integrate con gli altri prodotti principali dell'offerta turistica provinciale.

In generale, dunque, l'offerta del territorio, con riferimento alla crescente esigenza del turista di vivere un'esperienza culturale e di tempo libero progressivamente più vasta e articolata, tende a coinvolgere l'intero contesto socio-economico nell'ambito del quale l'attività turistica si realizza.

La forte consapevolezza del valore delle identità locali si esprime, infatti, nel crescente numero di eventi diffusi sul territorio, tesi alla valorizzazione delle risorse culturali riferite alla storia e ai modelli di comportamento sociale, alle tradizioni e all'arte nelle sue diverse e pregevoli forme.

1.2. Analisi dei flussi

Ad oggi i dati ufficiali sul turismo fanno riferimento all'anno 2008 ma già trapelano le prime informazioni parziali sul 2009 appena concluso che mostrano una flessione, in particolare sul comparto legato a Ferrara città d'arte.

Per quanto riguarda comunque il 2008, ultimo dato integralmente disponibile, il comparto turistico provinciale ha ottenuto una buona performance, vedendo una variazione del +2,13%, per quanto riguarda gli arrivi, ed una variazione del +2,10% per ciò che concerne le presenze.

Altro risultato di tutto rispetto è l'incremento delle presenze di turisti stranieri che nel 2008 sono aumentate del +4,56%, segno di un sempre maggiore interesse da parte del visitatore estero soprattutto verso Ferrara città e il comparto "verde" della Provincia.

MOVIMENTO TURISTICO PROVINCIA DI FERRARA 2007/2008						
	Arrivi italiani	Presenze Italiani	Arrivi stranieri	Presenze stranieri	Arrivi complessivi	Presenze complessive
2007	522.230	4.423.808	149.970	1.009.696	672.200	5.433.504
2008	532.581	4.491.774	153.952	1.055.742	686.533	5.547.516
VARIAZIONE%	1,98	1,54	2,66	4,56	2,13	2,10

Tavola 1: Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale.
Elaborazione Artemis

Il lusinghiero dato del 2008 mostra come l'arrivo della crisi non avesse generato un sostanziale impatto sulla stagione turistica 2008 in termini di arrivi e presenze, anche se i primi segnali si erano avvertiti con l'ulteriore intensificarsi del fenomeno del pendolarismo da week-end e da una minore propensione alla spesa da parte dei turisti, che inevitabilmente si era ripercossa sulle attività commerciali che ruotano attorno al movimento turistico, soprattutto il commercio al dettaglio di beni non primari.

Ben diverso è invece il discorso relativo al 2009 che risente in pieno della crisi congiunturale.

Dai dati parziali pubblicati sembrano emergere due dati prevalenti:

- una sostanziale tenuta del comparto costiero (sorretto soprattutto dalla clientela italiana);
- una decisa flessione del comparto legato a Ferrara città d'arte che vede un calo nell'ordine del 5-7% superiore alla media nazionale del comparto.

Se tuttavia consideriamo il 2009 un anno atipico in quanto espressione dell'apice della crisi congiunturale, diventa interessante analizzare le serie storiche per meglio comprendere le tendenze evolutive in essere ed impostare strategie di consolidamento e rilancio turistico.

Analizzando le serie storiche periodo 2005-2008, è possibile affermare che, mentre gli stranieri hanno mantenuto un interesse piuttosto costante per il territorio (aumentando negli anni del +3,9%), gli arrivi dei turisti italiani sono cresciuti, nello stesso periodo, del +16,2%. La variazione più significativa è avvenuta nel 2007 con un balzo del 12,71%.

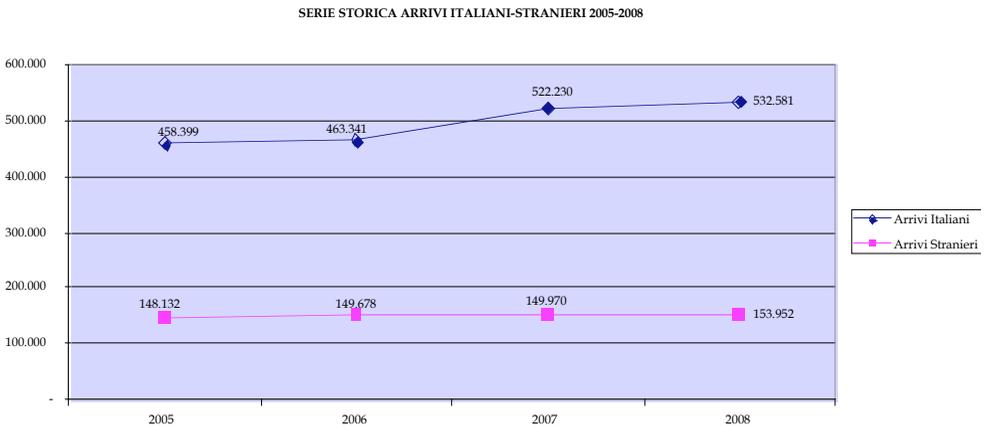


Grafico 1. Fonte: Amministrazioni Provinciali Emilia Romagna

Per quanto riguarda invece le presenze, dal 2005 al 2008 la presenza di turisti italiani è in lieve aumento (+1,1%), mentre le presenze straniere registrano una diminuzione non significativa in termini percentuali che si attesta sul -0,4% in gran parte recuperata nel 2008.

SERIE STORICA PRESENZE ITALIANI-STRANIERI 2005-2008

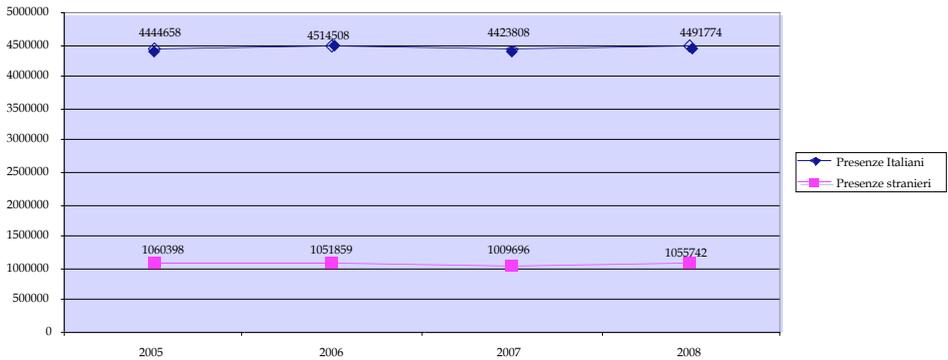


Grafico 2. Fonte: Amministrazioni Provinciali Emilia Romagna

1.3. Flussi per tipologie di aree della Provincia

Il comparto costiero: i Lidi di Comacchio

I Lidi di Comacchio e la città di Ferrara, pur in un contesto territoriale contraddistinto da risorse culturali ed ambientali diffuse, sono a tutt'oggi i beneficiari di gran parte del movimento turistico della provincia e rappresentano i "poli" in cui si concentra la presenza di servizi turistici, di eventi e di prodotti strutturati per l'utenza turistica.

Ciò è dovuto soprattutto a ragioni connesse alla storia dello sviluppo turistico del territorio e alle motivazioni prevalenti dei turisti che scelgono di soggiornarvi, basate sul valore del patrimonio artistico-culturale, rappresentato dalla città di Ferrara, e di quello climatico-ambientale, che trova il suo fulcro sul litorale adriatico.

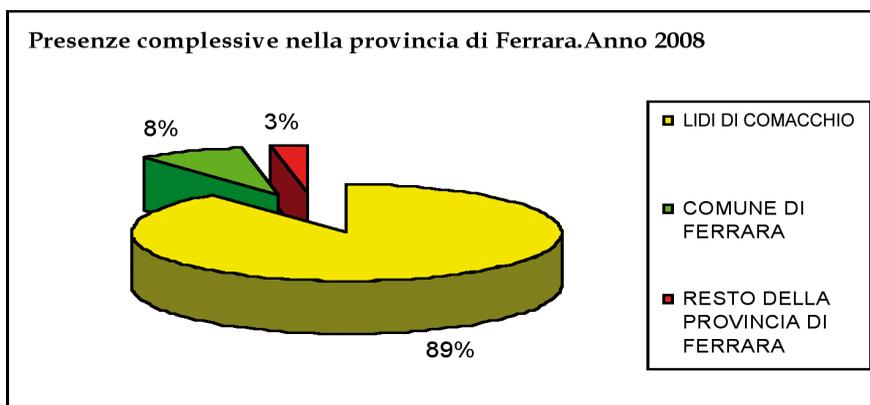


Grafico 3 Fonte: Amministrazioni Provinciali Emilia Romagna. Elaborazione Artemis.

Con quasi il 90% delle presenze turistiche complessive del territorio provinciale, le località balneari comacchiesi costituiscono dunque il settore ricettivo più consistente dell'intera provincia.

Confrontando i dati della serie storica 2005-2008, si nota come l'andamento delle presenze e degli arrivi sia stato piuttosto regolare: fatta eccezione per il 2007, in cui si è registrata una leggera flessione, i **Lidi di Comacchio** mantengono sostanzialmente immutato il flusso turistico.

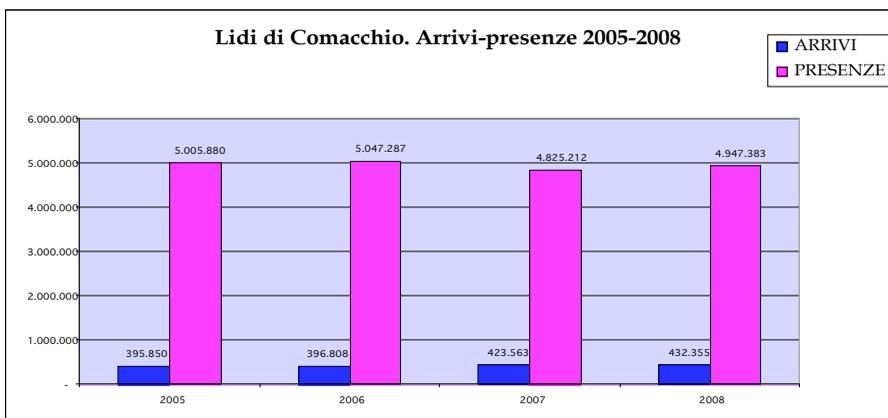


Grafico 4 Fonte: Amministrazioni Provinciali Emilia Romagna. Elaborazione Artemis.

Il risultato è da considerarsi abbastanza incoraggiante, soprattutto se paragonato al calo di presenze del 1,4% registrato dalla riviera adriatica a livello regionale.

Rispetto al 2005, invero, gli arrivi sono aumentati di più del 9% passando dai 393.850 ai 432.355 nel 2008, controvertendo la tendenza, non solo regionale, che vede il dato in flessione.

La tipologia del target di riferimento nelle località balneari comacchiesi è quella di un turismo domestico, popolare, tradizionale e familiare, composto soprattutto da famiglie con bambini; in leggero aumento è la percentuale di stranieri (17,82% delle presenze nel 2008 contro il 17,59% del 2007) mentre quella degli italiani è in leggera flessione (82,41% nel 2007 contro l'82,18% del 2008).

Tra le presenze straniere, il 40% proviene dalla Germania con un trend negativo negli ultimi anni.

Ciò riflette le tendenze regionali nella distribuzione tra le nazionalità: calano tedeschi, austriaci, svizzeri; crescono francesi, inglesi, est europei ed olandesi.

Questi ultimi, secondo paese di provenienza degli stranieri ai Lidi (19%), si mantengono in costante crescita di presenze e si concentrano prevalentemente nei campeggi e villaggi turistici.

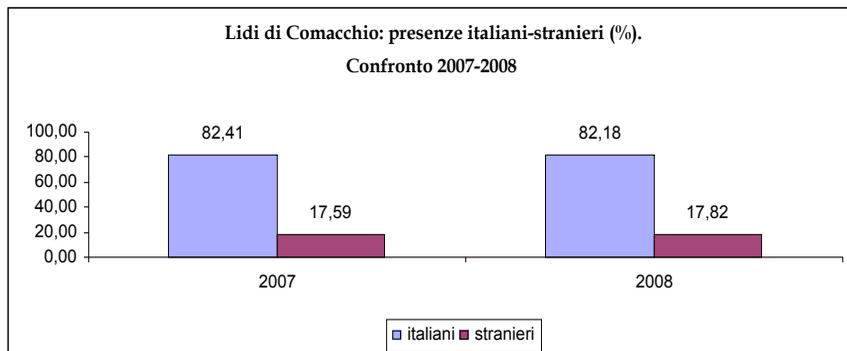


Grafico 5 Fonte: Amministrazioni Provinciali Emilia Romagna. Elaborazione Artemis.

Il turismo culturale

Il turismo culturale, invece, è assorbito principalmente dall'offerta di **Ferrara** città d'arte che nel 2008 realizza l'8% delle presenze complessive provinciali.

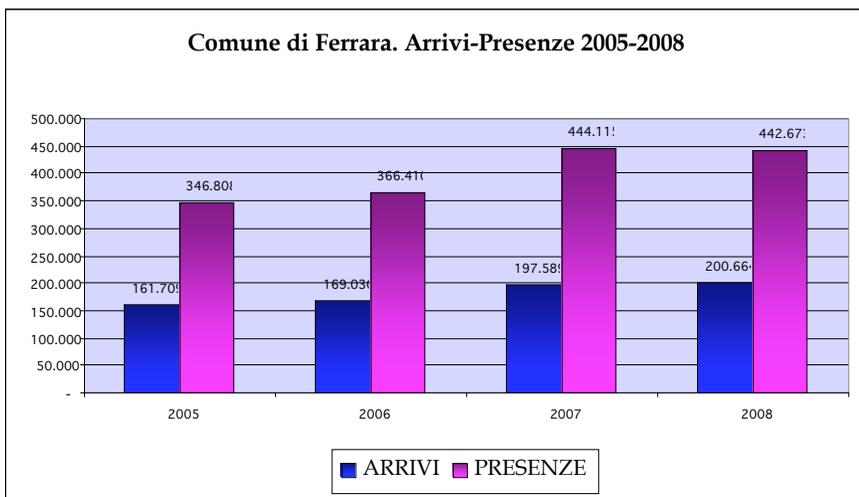


Grafico 6. Fonte: Amministrazioni Provinciali Emilia Romagna. Elaborazione Artemis

Dopo un 2006 difficile, la città ha conosciuto, a partire dal 2007, uno straordinario rilancio turistico con un incremento, rispetto al 2005, del 24% negli arrivi e del 27,6% nelle presenze, un risultato che, dall'andamento mensile, appare molto legato al successo di grandi manifestazioni culturali e sportive. Arte, cultura ed eventi di

richiamo sono la motivazione principale che attira turisti in città a cui si aggiunge l'importante fetta del turismo d'affari (29,1%).

Anche nella stagione 2008, i flussi in città restano dunque tendenzialmente in crescita (+0,25% rispetto al 2007) con un aumento degli arrivi (+1,56%) e un leggero calo delle presenze (-0,32%), con una distribuzione meno stagionalizzata in primavera e autunno a favore del periodo estivo.

Una flessione più accentuata di italiani rispetto agli stranieri vede a Ferrara la presenza di quest'ultimi piuttosto elevata: più del 30% nel 2008 con un incremento rispetto al 2007 del 2%. I principali Paesi di provenienza sono Germania, Francia, Stati Uniti e Regno Unito.

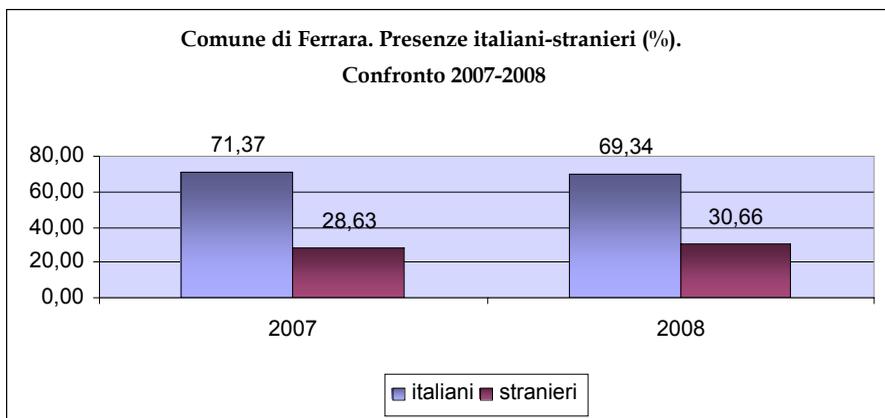


Grafico 7. Fonte: Amministrazioni Provinciali Emilia Romagna. Elaborazione Artemis

Nell'ambito del turismo d'affari legato alle fiere di Ferrara, pur riscontrando negli ultimi anni di una diminuzione delle manifestazioni organizzate, si registra un bilancio positivo in termini di crescita degli espositori, delle dimensioni spaziali degli eventi e dei visitatori complessivi. Il settore fieristico e congressuale nella realtà ferrarese è strettamente legato al mondo delle imprese, a quello dell'Università ed anche al polo di Bologna che, essendo di rilevanza internazionale, produce un movimento molto significativo anche sui comuni limitrofi e su Ferrara in special modo, grazie ai buoni collegamenti e alla qualità dell'accoglienza.

Il resto del territorio

A margine delle principali destinazioni turistiche provinciali, il **resto del territorio** ferrarese ha registrato nel 2008 il 7,8% degli arrivi e il 2,8% delle presenze complessive.

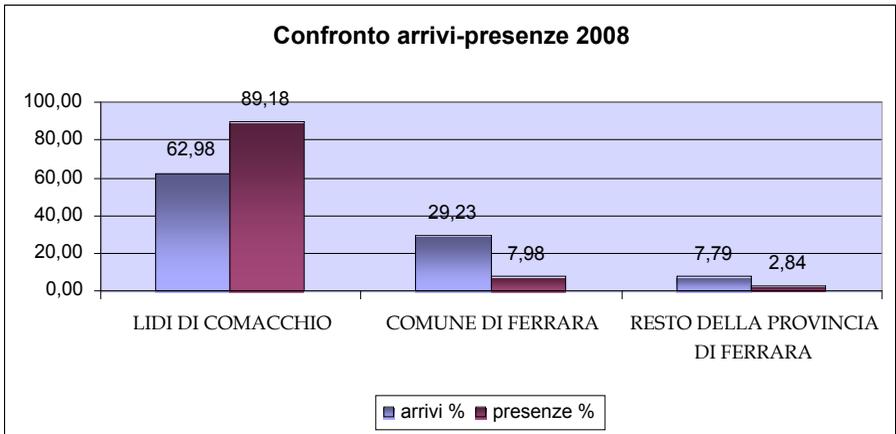


Grafico 8. Fonte: Amministrazioni Provinciali Emilia Romagna (2008 dati provvisori). Elaborazione Artemis

In questo ambito rientrano le città d'arte minori e le zone d'interesse naturalistico, comprese per la maggior parte nel Parco del Delta del Po. Si tratta perciò di una realtà estremamente variegata, dove i fattori di attrazione e i livelli organizzativi necessari allo sviluppo turistico si presentano multiformi e differenziati.

Nel 2008, rispetto all'anno precedente, si registra un calo complessivo di circa il 2% del flusso turistico anche se il trend di

crescita degli arrivi dell'ultimo anno (+4,8%) fa ben sperare in una ripresa futura.

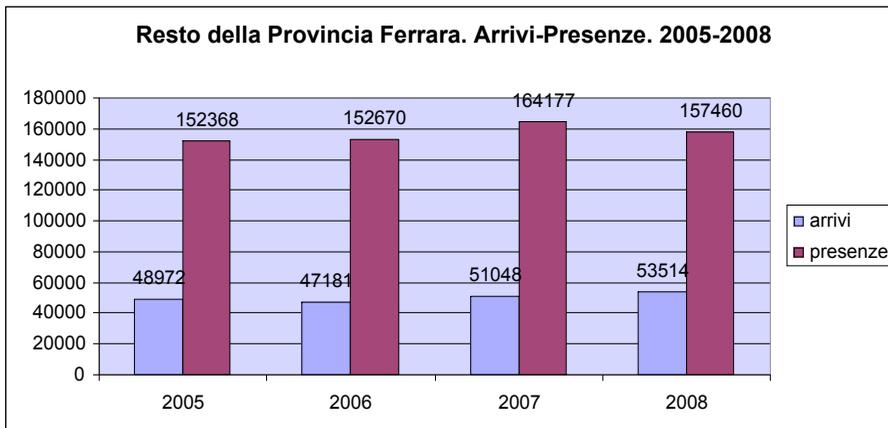


Grafico 9. Fonte: Amministrazioni Provinciali Emilia Romagna (2008 dati provvisori). Elaborazione Artemis

Il comparto “verde”, ovvero le varie forme di turismo ambientale, registra una crescita e conduce un numero sempre maggiore di visitatori nei centri e nelle oasi attrezzate ad accogliere una domanda multiforme di attività nella natura che variano dall'educazione scientifica allo sport.

Sono numerose, difatti, le iniziative di promozione attuate a livello provinciale negli ultimi anni con lo sviluppo, ad esempio, di offerte turistiche legate alla rete dei percorsi ciclabili (percorso cicloturistico Destra Po), oppure legate alla visita di aree di tutela ambientale (centri visita del Parco del Delta del Po).

Lo stesso aumento degli arrivi nel 2008 sembra essere in generale riferito all'aumento di possibilità di soggiorno creato dall'incremento delle strutture ricettive di tipo familiare o rurale sul territorio. Rilevante è, infatti, l'aumento a livello provinciale dei risultati conseguiti dalle **strutture agrituristiche** con gli arrivi in crescita del 27,7% nel 2007, e del 4,2% nel periodo gennaio-ottobre 2008.

Per ciò che concerne la presenza di turisti stranieri, va sottolineato che è proprio in questo comparto che si nota la maggiore tendenza all'aumento.

Rispetto al 2007, infatti, gli stranieri che hanno visitato il resto della provincia di Ferrara sono aumentati nel 2008 complessivamente dell'11,7% mentre le presenze italiane subiscono una flessione del 5,4%.

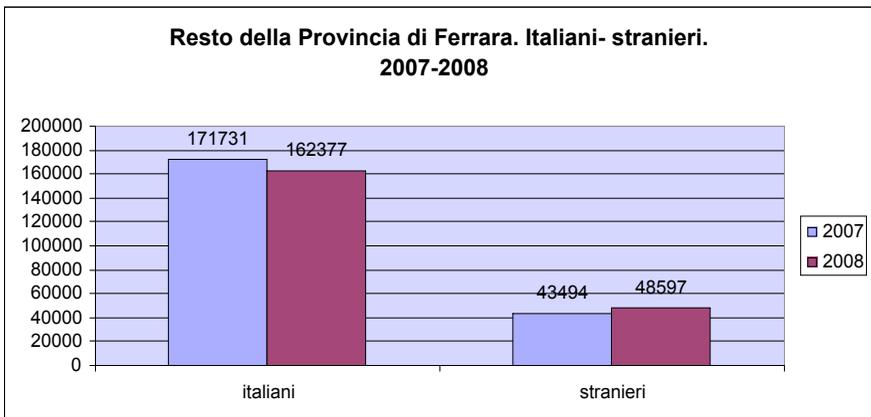


Grafico 10 Fonte: Amministrazioni Provinciali Emilia Romagna. Elaborazione Artemis

Il dato conferma che le iniziative adottate a favore della promozione del territorio si sono mostrate coerenti con le tendenze del mercato, offrendo un'alternativa alle tipologie tradizionali di offerta turistica provinciale, come quella balneare, in grado di attrarre una fascia interessante di turisti giovani, attivi, responsabili, attenti ai valori dell'ambiente e della cultura del territorio e molto spesso stranieri.

1.4. Struttura Ricettiva

A livello generale di trend, prendendo a riferimento il periodo 2005-2007, si nota una certa stabilità nel numero delle strutture alberghiere.

I risultati positivi degli ultimi anni hanno invece stimolato la crescita dell'offerta non alberghiera (case in locazione, agriturismo, campeggi, rifugi, ostelli, case per ferie e bed & breakfast) che nel giro di tre anni è aumentata del 9,28%.

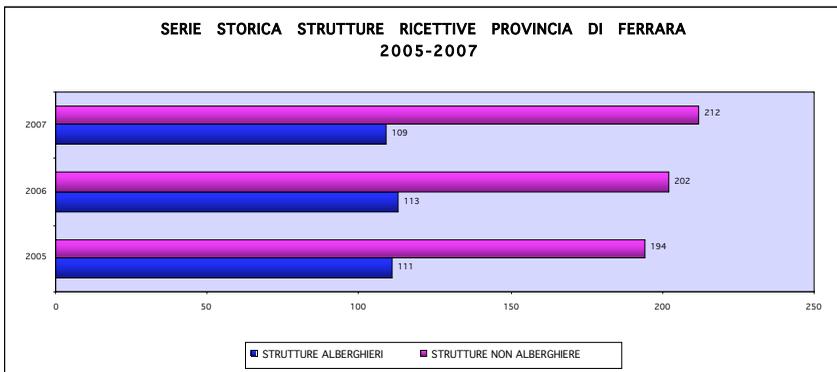


Grafico 11 Fonte: Istat e Unioncamere

Prendendo a riferimento il numero di posti letto, nel 2008 la provincia di Ferrara, con i suoi 155.941, si colloca al secondo posto dopo quella di Rimini, rappresentando il 16,77% di tutta la capacità ricettiva regionale.

La parte più consistente dei posti letto è raggruppata nel settore extra alberghiero (149.100) che rappresenta il 95,61% di tutta la capacità ricettiva provinciale, contro i 6.841 posti letto del settore alberghiero (4,39%).

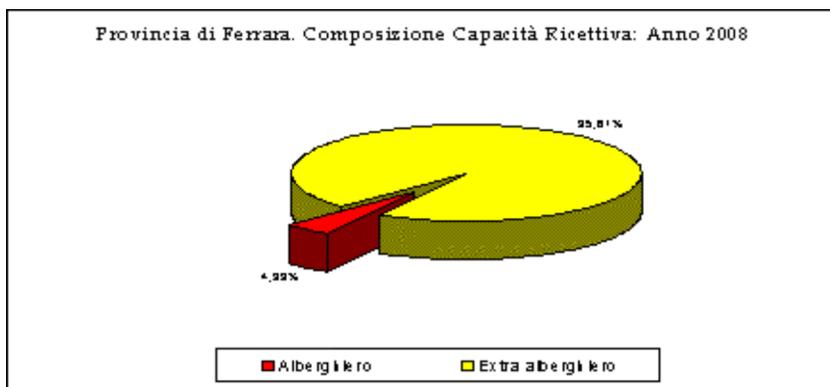


Grafico 12. Fonte Osservatorio Turistico Regionale

Provincia di Ferrara. Posti letto suddivisi per categoria di struttura alberghiera . Anno 2008

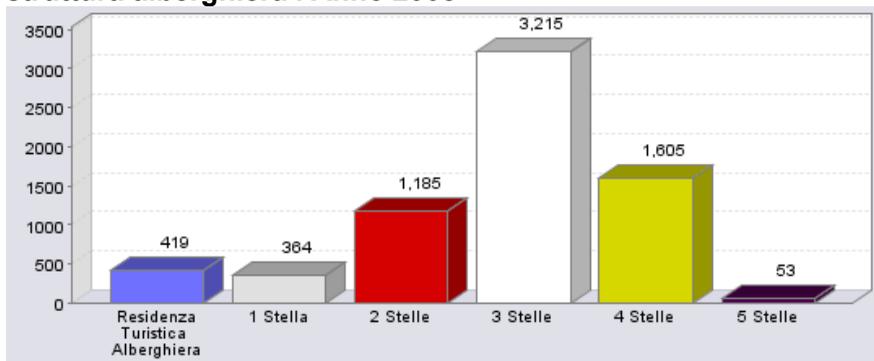


Grafico 13 Fonte Osservatorio Turistico Regionale

Nel dettaglio, tra le strutture alberghiere, i 3 stelle raccolgono il 3,21% delle presenze mentre, tra le strutture extra alberghiere, la maggior parte delle presenze è collocata presso privati (83,2%).

Provincia di Ferrara. Posti letto suddivisi per struttura extra alberghiera . Anno 2008

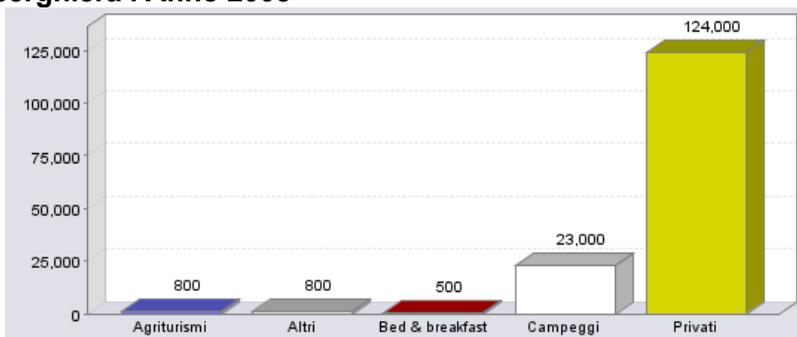


Grafico 14 Fonte Osservatorio Turistico Regionale

La tipologia di offerta più significativa del **litorale**, infatti, che da solo registra l'89% delle presenze in provincia (cfr. paragrafo 1.3), è rappresentata dalle case e appartamenti per vacanza dove si concentra quasi l'80% dei posti letto complessivi. Nell'ordine vengono poi i campeggi, tipologia ricettiva della costa che, con 10 strutture dislocate sulla costa, offre un ottimo livello qualitativo.

La ricettività alberghiera, raccoglie invece il 3,5% delle presenze turistiche complessive sui Lidi ed è il comparto in cui si registra una riduzione progressiva di strutture negli ultimi anni, con conseguente diminuzione di posti letto e di presenze.

Negli appartamenti, gli stranieri incidono solo per il 1,5% del totale delle presenze, mentre nei campeggi rappresentano il 47,8% delle presenze.

Il dato si inverte nella città di **Ferrara**, in cui i posti letto sono complessivamente 3.129 complessivi, di cui 2.153 alberghieri e 976 extralberghieri.

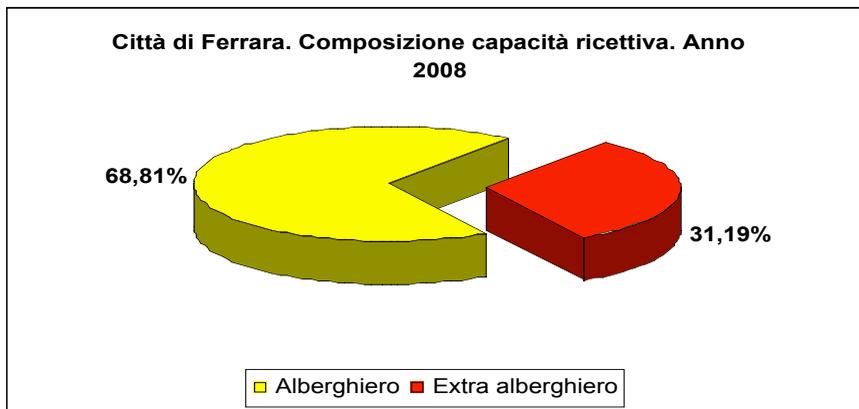


Grafico 15 Fonte Osservatorio Turistico Regionale

In generale, il settore alberghiero nella città capoluogo ha visto un notevole incremento di flussi: si tratta di uno dei migliori risultati registrati negli ultimi anni, dovuto probabilmente alla buona tenuta del **turismo d'affari** legato alle fiere di Ferrara.

Pur riscontrando negli ultimi anni di una diminuzione delle manifestazioni organizzate, si registra infatti un bilancio positivo in termini di crescita degli espositori, delle dimensioni spaziali degli eventi e dei visitatori complessivi. Il settore fieristico e congressuale nella realtà ferrarese, come già detto, è strettamente legato al mondo delle imprese, a quello dell'Università ed anche al polo di Bologna. L'internazionalita' di questo ultimo ha una ricaduta positiva su Ferrara e provincia anche in virtù della cultura del buon vivere e dall'efficienza dei collegamenti.

1.5. Stagionalità

L'elemento caratterizzante il settore turistico è la condizione di stagionalità, che determina l'intensificarsi dell'attività in determinati periodi dell'anno, a cui si contrappongono periodi di contrazione della domanda di servizi turistici.

Non fa eccezione la provincia di Ferrara, il cui andamento del flusso annuale degli arrivi 2008 coincide con i dati regionali.

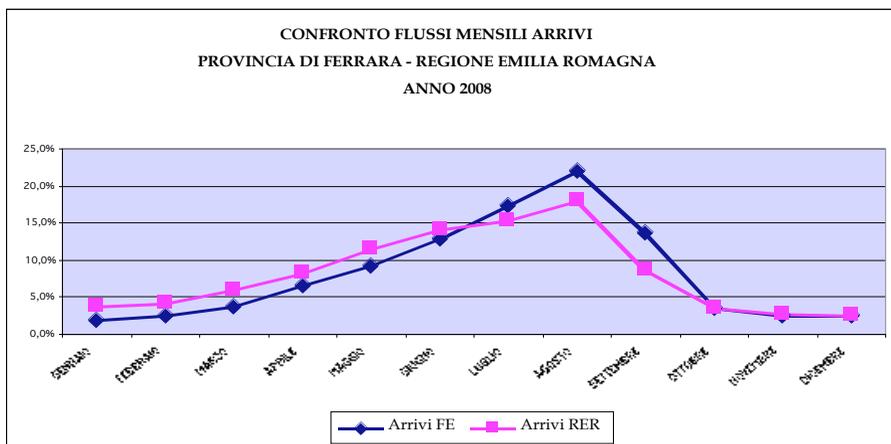


Grafico 16 Fonte Osservatorio Turistico Regionale

Anche l'andamento del flusso annuale delle presenze coincide con quanto viene registrato in regione e presenta il picco massimo a metà agosto.

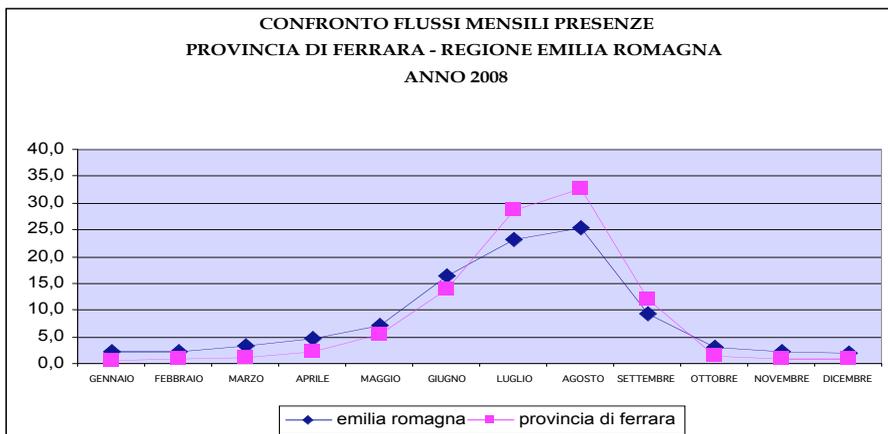


Grafico 17 Fonte Osservatorio Turistico Regionale

Il flusso di visitatori risulta invece decisamente meno stagionalizzato nella città di Ferrara.

Grazie alla numerosa organizzazione di eventi, al turismo d'arte, congressuale e fieristico e all'Università , infatti, la città è in grado di intercettare le esigenze di un pubblico con maggiori esigenze a livello qualitativo, permettendo così una migliore programmazione degli investimenti.

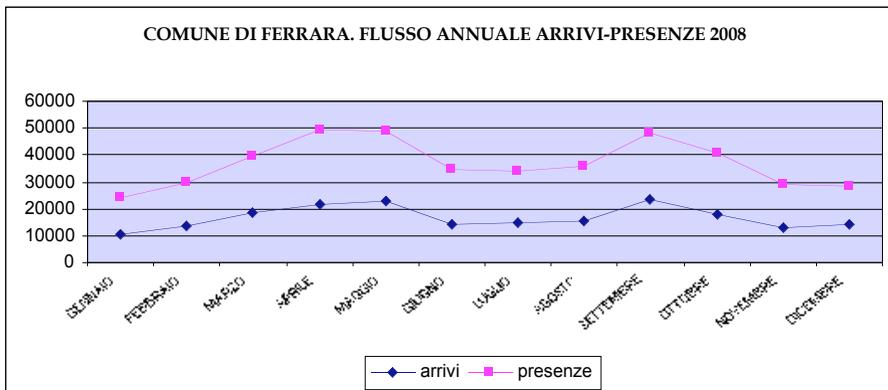


Grafico 18. Fonte Osservatorio Turistico Regionale

Il grafico si presenta a due punte (metà aprile e metà settembre), dunque totalmente in controtendenza a ciò che avviene nelle località del litorale, dove la concentrazione del flusso turistico avviene proprio nei mesi tra maggio e luglio.

1.6. Sintesi degli aspetti di maggior rilievo emersi

- ❑ Dato di trend di ultimo triennio caratterizzato da aumento arrivi (oltre media regionale) e lieve calo presenze (peggio media regionale);
- ❑ Dato sul 2008 complessivamente positivo, mentre il 2009 vede un calo del turismo legato a Ferrara Città d'Arte;
- ❑ Il comparto costiero sostanzialmente stabile (il comparto copre il quasi il 90% in termini complessivi);
- ❑ Sostanziale tenuta del comparto verde;
- ❑ Aumento presenze turisti stranieri nel 2008, diminuzione nel 2009;
- ❑ Stabilità del numero delle strutture alberghiere in riduzione sulla costa (dove rappresentano comunque solo il 3,5% delle presenze ai Lidi) e in crescita tendenziale nella città di Ferrara (fino al 2008);
- ❑ Aumenta l'offerta non alberghiera (case in locazione, agriturismi, campeggi, rifugi, ostelli, case per ferie, B&B).

CAPITOLO 2

IL SISTEMA IMPRENDITORIALE

2.1. Quadro economico di sintesi Provincia di Ferrara

Al 31.12.2008 le imprese attive complessivamente registrate presso l'Anagrafe della Camera di Commercio di Ferrara risultano essere 35.243.

Nell'arco dei dodici mesi del 2008, la differenza tra nuove iscrizioni e cessazioni ha segnato un valore negativo, pari a 161 unità, mentre a livello nazionale si è registrata la crescita più contenuta degli ultimi 6 anni. Il saldo di fine anno è frutto della differenza tra le 2.444 iscrizioni e le 2.605 cessazioni (escluse le 472 cancellazioni d'ufficio).

SETTORI DI ATTIVITA'	Registrate Stock al 31.12.2008	Saldo annuale	Var. % dello stock ⁽¹⁾
Agricoltura	8.111	-228	-2,7%
Pesca	1.408	68	5,1%
Estrazione di minerali	16	0	0,0%
Attività manifatturiere	3.968	-131	-3,2%
Energia	15	1	7,1%
Costruzioni	5.471	-144	-2,6%
Commercio	7.921	-118	-1,5%
Alberghi e ristoranti	1.946	21	1,1%
Trasporti, magazzinaggio e comunicazioni	1.309	-62	-4,5%
Intermediazione monetaria e finanziaria	657	-4	-0,6%
Attività immobiliari, noleggio, informatica, ricerca	3.940	47	1,2%
Istruzione	128	1	0,8%
Sanità e altri servizi sociali	137	0	0,0%
Altri servizi pubblici, sociali e personali	1.778	-16	-0,9%

Fonte: Camera di commercio di Ferrara

In termini percentuali, il bilancio tra imprese 'nate' e 'morte' si è tradotto in un tasso negativo di crescita del -0,42% (era stato -0,21% nel 2007), che porta il totale delle imprese attive esistenti in provincia, alla fine del 2008 a 35.243 unità.

In sostanza, gli aspetti positivi della movimentazione imprenditoriale, per la provincia di Ferrara, sono rappresentati dalla prosecuzione della robusta crescita delle imprese costituite in forma di società di capitali (anche nel 2008 il tasso di iscrizione è stato quasi doppio rispetto a quello di cessazione), con un tasso annuo di crescita delle imprese attive pari al 15,5%; nonché, in termini di tipologie di attività economica, i buoni risultati fatti registrare ancora una volta dalla pesca ed acquacoltura. Ad essi vanno aggiunte le performance non disprezzabili conseguite dai servizi alle imprese (attività immobiliare, noleggio, informatica e ricerca, che comunque hanno fortemente rallentato il loro trend positivo, sceso all'1,2%, e dimezzato rispetto all'anno precedente).

In senso negativo hanno invece "giocato" sulla movimentazione imprenditoriale un calo più accentuato, rispetto all'anno precedente, delle imprese manifatturiere, del commercio e dei trasporti e soprattutto - invertendo un lungo ciclo positivo - la brusca inversione di tendenza intervenuta nel comparto delle costruzioni (-2,6%). Inoltre è proseguita, praticamente con lo stesso ritmo dell'anno precedente, la contrazione delle imprese operanti nel settore dell'agricoltura: hanno registrato una variazione negativa dello stock pari al 2,7%.

Rispetto agli anni precedenti rimane peraltro inalterata una dinamica che ha ormai assunto caratteri strutturali: sono sempre meno, nella provincia ferrarese, le imprese che nascono adottando forme giuridiche “semplici” (cioè ditte individuali, ma anche società di persone, che peraltro mostrano ancora una lieve, seppur declinante propensione alla crescita) e sempre più quelle che, per operare sul mercato, scelgono invece una forma giuridica più “robusta”, come le società di capitali. Questa tendenza in atto da parecchi anni, come già rilevato, è proseguita nel 2008 quando, pur restando elevato in termini assoluti, il contributo delle ditte individuali allo stock complessivo delle imprese ferraresi si è ulteriormente ridotto: esso è passato dal 63,1% al 62,1% del totale, ma il gap, rispetto al 2000, raggiunge ben 6,6 punti percentuali. Viceversa, nello stesso periodo le società di capitali ferraresi sono passate dal 13,1% al 13,9% del totale: tuttavia, nonostante un tasso di crescita del 3,36%, appena inferiore rispetto a quello dell’anno precedente, il loro peso continua a rimanere inferiore a quello medio nazionale (20,3%).

Analizzando i dati nello specifico del comparto turistico-ricettivo, cioè dagli alberghi e ristoranti, si nota come questo abbia registrato nel 2008 un saldo positivo pari all’1,1%. Da rilevare che solo **162 su 1.946 sono società di capitali attive**, una minoranza sulla quale svolgeremo la nostra analisi di bilanci. Già dall’analisi della composizione della natura giuridica, si evidenzia come la rete

turistica di ricevimento sia frammentata e poco strutturata.

Abbastanza positive sono state nel corso del 2008 le risultanze del settore turistico provinciale, pur in una annata che invece, a livello nazionale, ha fatto registrare una riduzione complessiva delle presenze nelle strutture ricettive pari al 6,7%. Tuttavia, i flussi di turismo culturale e d'affari nell'ambito della città di Ferrara hanno presentato un leggero rallentamento rispetto al 2007.

L'andamento è ascrivibile ad una flessione piuttosto accentuata della clientela nazionale, mentre è andata sensibilmente crescendo quella estera, a conferma di un trend positivo avviatosi già nel 2007. Va anche rilevato che l'aumento delle strutture ricettive in città, ad oggi stabilizzatosi, ha comportato riduzioni nella redditività e nel tasso di occupazione delle camere degli esercizi alberghieri cittadini:

questi ultimi hanno scontato, in particolare, un calo dell'1,0% delle presenze, con un ulteriore accorciamento del periodo di permanenza media degli ospiti. Ovviamente in un comparto come quello alberghiero, con alti costi fissi, comporta una difficoltà la continuità dell'attività nel medio lungo periodo. Inoltre se consideriamo che la maggior parte delle strutture ricettive sono gestite da ditte individuali o società di persone, il dato diventa ancora più preoccupante.

Da segnalare che è migliorato il target balneare sui Lidi

Comacchiesi, dove le presenze sono aumentate, ma e' necessario rilevare che la stagione balneare 2008 è stata anche caratterizzata da una minore propensione alla spesa pro-capite da parte dei turisti, che si è riflessa con evidenza sulle attività commerciali legate al settore, con una particolare contrazione dei consumi di fascia medio-alta.

2.2. L'analisi di bilancio delle aziende in Provincia di Ferrara del settore "Alloggio ed attività di Ristorazione"

Per comprendere nel dettaglio l'andamento economico finanziario delle imprese del settore *alloggio e attività di servizio di ristorazione* (corrispondete ai Codici ATECO 2007 n° 55 e 56) si sono analizzati i bilanci di 82 aziende di capitale, di cui 67 hanno la disponibilità degli ultimi 3 bilanci depositati disponibili ossia 2005, 2006, 2007.

Per l'analisi di settore complessiva il campione è chiuso ossia le aziende analizzate nel 2005 sono le medesime di quelle analizzate nel 2007. Mentre per distribuzione statistica degli indicatori (decili) ed il rating si è proceduto all'analisi di tutti i bilanci disponibili (ossia 82).

Il principale dato che emerge dall'analisi è il consistente aumento dei ricavi che dal 2005 al 2007 sono aumentati del 18,9%. La crescita è stata costante infatti tra il 2006 ed il 2007 i ricavi sono aumentati del 9,5%.

Alla crescita dei ricavi è corrisposto anche un aumento dell'incidenza del reddito operativo globale che nel 2005 era pari al 0,6% (ossia il Reddito operativo Globale negativo), mentre nel 2007 era pari al 1,3%. Il miglioramento è dovuta ad una minore incidenza di tutti le voci di costo, ma in modo particolare dei costi per servizi.

Il miglioramento dell'incidenza del reddito operativo caratteristico,

dovuto all'aumento dei ricavi ci rileva che il settore, ha una elevata leva operativa. Il grado di leva operativa è l'indice che ci segnala la struttura dei costi delle aziende. In particolare, quanto più la struttura dei costi dell'impresa è caratterizzata da costi fissi, tanto sarà maggiore la sensibilità del risultato operativo caratteristico rispetto alla dinamica dei ricavi.

La leva operativa ci fa comprendere come una variazione dei ricavi può influenzare il reddito operativo.

Le aziende che hanno una prevalenza di costi fissi sono quelle che, in uno scenario di recessione di mercato come quello attuale, soffrono di più in termini economici, in quanto non riescono a ridurre proporzionalmente i loro costi. Al contrario le aziende con una struttura di costi formata in prevalenza di costi variabili sono quelli che subiranno di meno l'attuale crisi.

Il grado di leva operativa del settore analizzato (aziende della Provincia di Ferrara) è pari a 12,54. Un'azienda che registra una leva operativa al 36,77 significa che ad una diminuzione dei ricavi del 10% corrisponde una riduzione del reddito operativo caratteristico del 367,7%, ossia 36,77 volte la variazione dei ricavi.

Leve operative elevate sono implicite in questi settori, ma in questo caso specifico la leva operativa è estremamente elevata. In altre parole il sistema ricettivo turistico della Provincia di Ferrara è estremamente debole in caso di riduzione dei ricavi, elemento

abbastanza scontato visto l'evidenza macro economica evidenziata nel paragrafo precedente.

CONTO ECONOMICO	2007	2006	2005
Valore della produzione	100%	100%	100%
<i>di cui Ricavi Netti</i>	99,7%	99,6%	99,7%
Consumi	31,7%	31,6%	32,0%
Costi per servizi e godimento beni di terzi*	32,2%	34,0%	34,8%
Valore aggiunto	36,0%	34,4%	33,2%
Costo del lavoro	27,7%	27,2%	27,9%
Margine operativo lordo	8,3%	7,2%	5,4%
Ammortamenti ed altri accantonamenti	5,6%	5,2%	5,9%
Totale Costi Operativi	97,3%	98,0%	100,5%
Reddito Operativo Caratteristico	2,7%	2,0%	-0,5%
Proventi Accessori	0,5%	0,3%	0,1%
Saldo ricavi/oneri diversi	-1,8%	-1,3%	1,0%
Reddito Operativo Globale	1,3%	1,0%	0,6%

Se spostiamo l'analisi della distribuzione statistica dell'indice di redditività del capitale investito (ROI) e dell'indice della redditività delle vendite (ROS), si vede come ben il 40% delle aziende registra

una redditività del capitale negativo e il 30% delle aziende registra una redditività delle vendite negativo. Solo un 30% delle aziende ha registrato una redditività soddisfacente nel 2007, ossia in un anno in cui non vi erano segnali di crisi o declino.

	ROI	ROS
	2007	2007
Primo decile	-19,63%	-21,67%
Secondo decile	-7,01%	-6,94%
Terzo decile	-3,08%	-2,53%
Quarto decile	-0,92%	0,49%
Quinto decile - Mediana	2,62%	3,00%
Sesto decile	4,12%	5,29%
Settimo decile	5,67%	7,25%
Ottavo decile	9,64%	11,77%
Nono decile	19,55%	15,79%

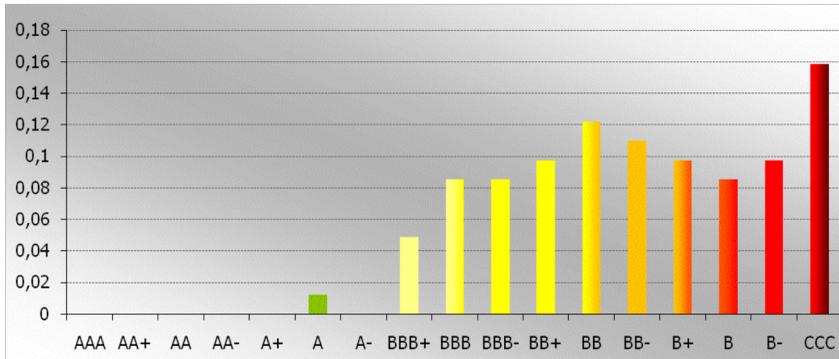
Ma in uno scenario di contrazione dei ricavi, come si riduce l'indice di redditività delle vendite? Da una simulazione che abbiamo effettuato tenendo conto della leva operativa di ogni singola azienda e della redditività delle vendite, in caso di riduzione del 10% dei ricavi il 61% delle aziende registrerebbe una redditività delle vendite negativa, ossia il 30% delle aziende passa da un ROS positivo ad un ROS negativo.

Questa simulazione ci fa comprendere come siano sensibili i risultati di redditività all'andamento dei ricavi.

Questa estrema sensibilità della redditività aziendale all'andamento dei ricavi ci fa comprendere come le aziende, in caso di scenari negativi, tendano a ridurre i costi fissi o perlomeno, dove è possibile, trasformare i costi fissi in costi variabili. In questo contesto settoriale significa cercare di variabilizzare i costi del lavoro ad esempio con contratti flessibili. E' perciò facilmente prevedibile che in un contesto di diminuzioni del giro d'affari, si avrà una forte contrazione del costo del lavoro totale, molto più accentuato rispetto ad altri settori, dovuto all'alta componente di costi di fissi.

Da segnalare l'alta incidenza degli oneri finanziari che nel 2007 pesano il 3,3% dei ricavi. Una percentuale molto elevata (ed in crescita) che evidenzia la fragilità finanziaria di queste imprese.

Proviamo a stimare anche la rischiosità finanziaria di queste aziende stimando la probabilità di default tramite un algoritmo di rating. Come noto la crisi finanziaria ha portato e porterà ad una razionalizzazione del credito delle banche verso le imprese. Le aziende che saranno più colpite da questa razionalizzazione del credito saranno le più rischiose ossia quelle che presentano "cattivi" rating, ossia elevate probabilità di default.



Tutto

Probabilità di default - PD (mediana)	2,66%
Classe di rating (mediana)	BB-
% aziende tra AAA e A- (PD < 0,13%)	1%
% aziende tra BBB+ e BB-	55%
% aziende tra B+ e CCC (PD >= 3,51%)	44%
numero imprese	82

I risultati dell'analisi evidenziano che la probabilità di default media delle aziende ferraresi operanti nel settore Alloggio e attività di servizio di ristorazione è pari al 2,66% corrispondente ad una classe di rating BB-, ossia un rating sufficiente che garantisce all'accesso al credito.

Se però analizziamo la distribuzione delle aziende nelle varie classi di rating notiamo che solo l'1% delle aziende possiede una PD molto ridotta (rating ottimo) e un 55% una PD contenuta (rating discreto) ed il rimanente 44% delle aziende ha una probabilità di default elevato ossia hanno un rating di bilancio che va da B+ a CCC (classi di rating ad alto rischio). Quello che preoccupa principalmente sono le aziende con rating CCC che sono ben il 16%.

Sono soprattutto queste ultime le aziende che rischiano di vedersi revocato il fido, o quanto meno si possono vedere negato l'accesso ad ulteriore credito.

Proviamo ora a classificare le aziende analizzate secondo il loro profilo di rischio.



La mappa del rischio segnala che solo il 19% delle aziende del nostro campione, ha un profilo di rischio contenuto (basso rischio operativo e basso rischio finanziario), mentre un 30% delle aziende presenta un elevato rischio (sia operativo sia finanziario). La classe più numerosa è quella che presenta un rischio finanziario contenuto ma un elevato rischio operativo, che rappresenta il 37% delle aziende. Per ultima il 13% delle aziende presenta un elevato rischio finanziario ma un basso rischio operativo.

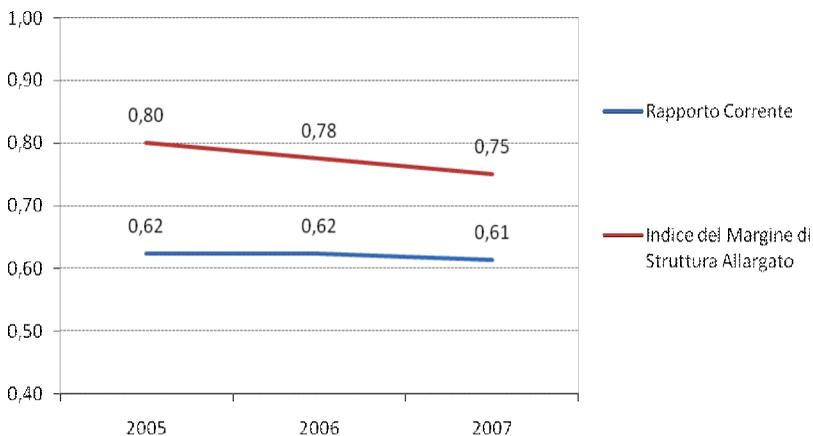
La mappa del rischio non è certamente rassicurante in quanto nel contesto attuale di recessione economica solo il 19% delle aziende appaiono prive di rischio o quanto meno con un rischio moderato.

Da evidenziare che circa un terzo delle aziende sono invece a rischio elevato ossia sono aziende che con l'attuale crisi avranno elevate difficoltà operative e finanziarie.

Non rassicurano neanche i trend di liquidità aziendale, ossia gli indici che incidono fortemente sulla rischiosità finanziaria delle aziende.

Nel dettaglio sia l'indice di liquidità primaria sia l'indice del margine di struttura allargato, sono inferiori all'unità, soglia minima di sicurezza, e sono in diminuzione. Un'azienda con un buon equilibrio, finanzia investimenti a breve termine con indebitamento

a breve termine, e investimenti a medio/lungo termine con fonti a medio/lungo termine. Per esempio il rinnovo dei locali e/o degli impianti deve essere finanziato con capitale proprio o con una formula di finanziamento a lungo termine, come il mutuo o il leasing, e non usando lo scoperto in C/C. Sembra una affermazione scontata e banale ma che purtroppo non viene sempre applicata nel caso delle aziende analizzate. Infatti il settore ha un indice del margine di struttura inferiore all'unità, ossia parte dell'attivo immobilizzato è finanziato con del passivo corrente. Occorre evidenziare che nel campione di aziende analizzate l'attivo immobilizzato rappresenta il 71,6% del totale del capitale investito. Al contrario il patrimonio netto pesa solo il 20,6% ed il passivo consolidato il 33,2%.



Questa situazione pone le aziende in una situazione di estrema

vulnerabilità finanziaria, perché hanno finanziato investimenti che avranno un ritorno monetario nel lungo periodo con fonti che dovranno essere rimborsate a breve. Il rischio che l'azienda corre in questi casi è che l'ente finanziatore, solitamente la banca, richieda il rimborso del debito prima che l'investimento abbia prodotto il suo ritorno monetario (ipotesi non poco probabile in periodi di razionalizzazione del credito) portando l'azienda in uno stato di insolvenza.

La mancanza della programmazione finanziaria nelle imprese ferraresi, operanti nei settori degli alberghi e ristoranti, insieme alla maggiore facilità ed immediatezza ad ottenere fonti di finanziamento a breve termine rispetto a debiti finanziari a lungo termine o nuovo capitale di rischio, sono gli elementi principali che rendono più fragili le aziende. Da non sottovalutare come l'assenza della programmazione finanziaria e l'alto rischio di insolvenza rende poco attraente l'azienda agli occhi degli investitori esterni, lasciando l'azienda in una situazione di forte indebitamento e nella impossibilità di poter effettuare piani di sviluppo che prevedano l'utilizzo di risorse finanziarie. Ottenere fonti di finanziamento a lungo termine come mutui, leasing, prestiti obbligazionari, prestiti partecipativi etc. è sicuramente più difficoltoso rispetto ad ottenere finanziamento a breve come anticipo fatture o scoperti in c/c, inoltre richiede una rigorosa pianificazione finanziaria, ossia un notevole sforzo organizzativo e progettuale, ma garantisce all'impresa una maggior solidità finanziaria all'impresa.

L'elevata incidenza del peso delle immobilizzazioni, ci fa presupporre anche una grande capacità produttiva (in questo settore particolare è più giusto parlare una grande capacità ricettiva) che però non viene saturata. Questo spiega anche perché la maggior parte delle aziende presenta un elevato rischio operativo, ossia hanno una capacità ricettiva sovradimensionata rispetto alla capacità di attirare turisti.

Un ultimo aspetto che vale la pena evidenziare è l'aumento dell'efficienza dell'utilizzo delle risorse umane. Infatti negli anni presi in esame sono in aumento sia il valore aggiunto per addetto sia i ricavi per addetto, sintomo di maggiore efficienza. Da rilevare invece una leggera crescita anche del costo del lavoro per addetto.

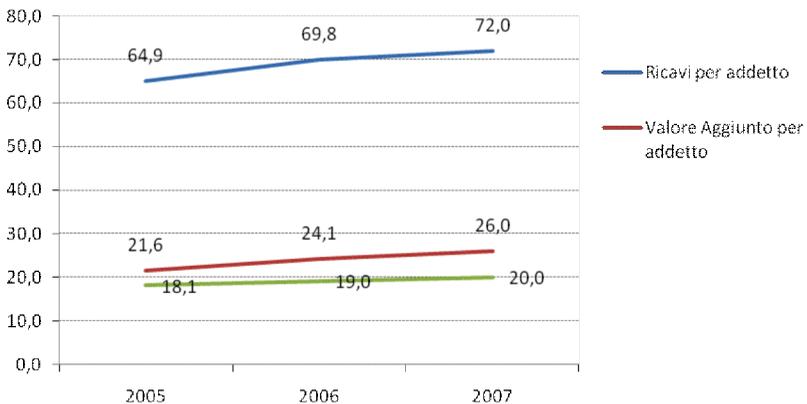


Grafico: indici di efficienza per addetto (valori in migliaia di euro)

Le vie per uscire dalla crisi sono quelle di aumentare per quanto possibile i ricavi, ossia i turisti e le relative giornate di permanenza, ma questo risultato lo si può raggiungere solo con azioni di sistema. Dal lato aziendale occorre invece ripensare alla struttura aziendale in modo da limitare i costi fissi e l'utilizzo dell'indebitamento finanziario a breve termine.

2.3. Sintesi degli aspetti di maggior rilievo emersi

- ❑ Il campione in esame rappresenta solo il 10% del numero globale di imprese e quindi fornisce una rappresentatività limitata dell'universo in esame;
- ❑ Struttura imprenditoriale piuttosto frammentata e caratterizzata da micro-imprese;
- ❑ Non si evidenzia uno scenario di tipo industriale;
- ❑ Aumento sensibile dei ricavi dal 2005 al 2007 (+18,9%);
- ❑ Diminuzione (marginale) dell'incidenza di costi fissi;
- ❑ Elevata leva operativa (cioè alta esposizione a diminuzioni dei ricavi);
- ❑ Il 40% delle aziende censite registra un redditività di capitale negativo (ROI);
- ❑ Il 30% delle aziende censite registra una redditività delle vendite negativo (ROS).

CAPITOLO 3

IL MERCATO DEL LAVORO NEL SETTORE TURISMO

Dopo il crack di Lehman Brothers del 15 settembre 2008, la crisi finanziaria internazionale si è abbattuta sull'economia reale con velocità e intensità eccezionali. Il rallentamento del commercio mondiale non ha colpito solo i Paesi più avanzati, entrati in recessione, ma ha coinvolto anche le economie emergenti, motore della crescita mondiale nell'ultimo decennio.

A fronte della globalizzazione dei mercati, l'ondata partita da Wall Street ha sommerso il commercio internazionale. Le difficoltà delle banche a trasferire denaro al settore produttivo hanno alimentato la tendenza all'avvitamento dell'economia. I massicci interventi dei Governi e del FMI, che finora ammontano a circa il 12 per cento del PIL globale, non hanno ancora stabilizzato i mercati finanziari.

La difficoltà di costruire nuove regole per i mercati finanziari rischia di aprire varchi a risposte nazionalistiche e protezionistiche, che potrebbero accentuare la durata e la portata della flessione dell'economia mondiale.

Il 2008, tuttavia, era stato caratterizzato nella sua prima parte da una fiammata inflazionistica che aveva già messo in forse la prosecuzione delle tendenze positive dei due anni precedenti.

Nel 2008, infatti, gli avviamenti al lavoro - che rappresentano l'indicatore di tendenza più significativo per la domanda di lavoro - nelle aziende di Ferrara sono stati 61.730, con una diminuzione rispetto al 2007 di circa il -4%.

Sul totale degli avviamenti, nell'industria si è registrata una flessione del -16,83% e nei servizi del -2,9%.

L'unica eccezione rilevante in questo panorama è rappresentata dall'agricoltura, che vede aumentati i propri inserimenti lavorativi del 1,35%, e dalla sezione economica interna ai servizi Alberghi e ristoranti che cresce dello 0,69%.

Avviamenti nelle sedi di lavoro in Provincia di Ferrara per sezione di attività economica (Ateco 2002). Anni 2007 – 2008

ATTIVITA' ECONOMICA	2007	2008	Var. ass.	Variazione %
Agricoltura	22.330	22.631	301	1,35
Industria	12.018	9.995	-2.023	-16,83
Servizi	29.973	29.104	-869	-2,90
di cui Alberghi e ristoranti	5.818	5.858	40	0,69
Totale	64.321	61.730	-2.591	-4,03

Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale. Elaborazione Artemis

3.1. Analisi avviamenti e cessazioni per settore (alberghi, ristoranti, campeggi, ecc.)

I servizi continuano dunque a mantenere nel 2008 la quota maggioritaria di assunzioni registrando al loro interno un leggero aumento della quota di avviamenti nella attività Alberghi e ristoranti. Ponendo l'attenzione sulle assunzioni per mese nel settore turistico alberghiero, è possibile notare un andamento piuttosto regolare, soprattutto nel 2008, in sintonia con la vocazione turistica della provincia di Ferrara che, grazie ai sette Lidi di Comacchio, vive una forte stagionalità concentrata nei mesi estivi.

Rispetto al 2007, il totale degli avviamenti 2008 del settore registra un lieve aumento (5.818 nel 2007 contro 5.858 nel 2008) ma appare diversa la distribuzione nei mesi.

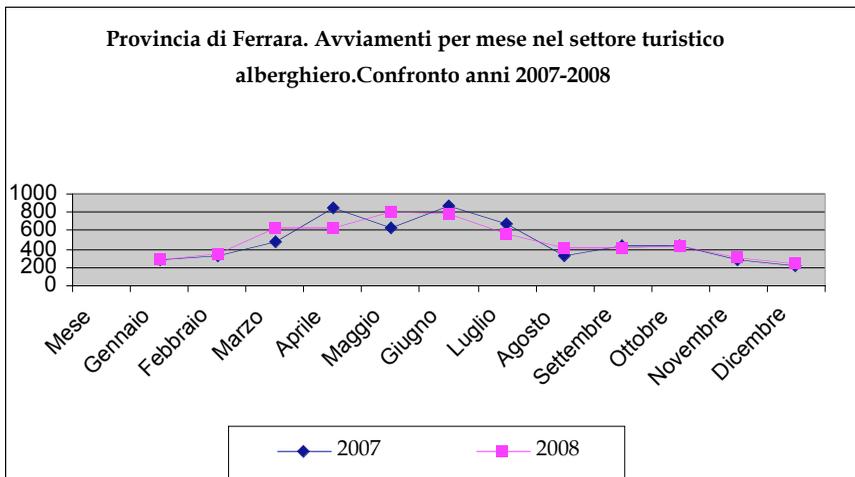


Grafico 1. Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale. Elaborazione Artemis

Il grafico si presenta, per ciò che riguarda il 2008, molto più regolare rispetto al 2007.

La concentrazione massima degli avviamenti nel 2008 è avvenuta tra **maggio e giugno**, facendo presupporre una maggiore programmazione nelle assunzioni e fiducia nella tenuta del flusso stagionale, per poi calare in maniera più marcata tra luglio e agosto.

Nella tavola successiva si osserva, attraverso la variazione sul 2007 delle **cessazioni**, che i settori di attività economica maggiormente penalizzati da una crisi economica che faceva sentire i suoi effetti già nei primi mesi del 2008 sono stati l'agricoltura e i servizi.

Cessazioni nelle sedi di lavoro in Provincia di Ferrara per sezione di attività economica (Ateco 2002). Anni 2007 – 2008

ATTIVITA' ECONOMICA	2007	2008	Variazione assoluta	Variazione %
Agricoltura	22.428	22.818	390	1,74
Industria	11.668	10.959	-709	-6,08
Servizi	27.047	28.159	1.112	4,11
di cui Alberghi e ristoranti	5.250	5.751	501	9,54
Totale	61.143	61.936	793	1,30

Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale. Elaborazione Artemis

Mentre per l'agricoltura il saldo con gli avviamenti ha di molto mitigato l'effetto dell'alto numero di cessazioni , altrettanto non si può affermare per i servizi.

Non si può non cogliere infatti un segnale di allarme dall'aumento del 4,11% delle cessazioni nei servizi, peraltro non compensate dalle assunzioni, anche se il saldo continua ad essere positivo (*nel 2007 il saldo avviamenti/cessazioni era +2.926 mentre nel 2008 è stato di +945. Fonte: elaborazione OML su dati Prolabor e Siler*), dal momento che in passato, anche in presenza di significative crisi industriali, l'occupazione nel terziario appariva in qualche modo procedere senza risentire di effetti esterni.

Nel 2008, si parla della distruzione di quasi 2.000 posti di lavoro nei servizi. Se, infatti, la contrazione in alcune sottosezioni di attività trova una spiegazione "tecnica" nella battuta di arresto subita dall'industria, la forte riduzione della domanda di lavoro nel commercio (che ha un peso significativo nell'attività dei servizi) sconta un ulteriore impoverimento delle famiglie che colpisce pure la domanda di servizi sociali, personali e domestici.

In tutto ciò, meno colpito è stato l'andamento nel settore delle attività del commercio legate al turismo, che ha goduto di una favorevole stagione legata al turismo culturale e congressuale, e registra un saldo avviamenti/cessazioni positivo (*nel 2007 il saldo*

era +568 mentre nel 2008 è stato di +107. Fonte: elaborazione OML su dati Prolabor e Sile).

Avviamenti nelle sedi di lavoro in Provincia di Ferrara per settore di attività. Anni 2007 – 2008

	Alberghi e ristoranti	Alberghi	Campeggi ed altri alloggi	Ristoranti	Bar e caffetterie	Mense	Attività delle agenzie di viaggio	Totale
2007	45	624	373	3.070	1.530	124	52	5.818
2008	9	592	427	2994	1684	125	27	5.858
variazione%	-80,00	-5,13	14,48	-2,48	10,07	0,81	-48,08	0,69

Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale. Elaborazione Artemis

Nel 2008, infatti, si è registrato un incremento sia degli arrivi, aumentati del 2,13% rispetto al 2007, sia delle presenze, aumentate del 2,10% (dato sul quale hanno inciso in particolare gli stranieri, soprattutto per ciò che concerne Ferrara città: nel 2008, le presenze di quest'ultimi sono aumentate del 4,56% e gli arrivi del 2,66%).

Gli esercizi commerciali in cui si registra la maggior parte delle assunzioni sono i Campeggi e gli alloggi privati (+14,48%) e i Bar (+10,07%).

In netta flessione le agenzie di viaggio (-48,08%) e gli alberghi ristorante (-80%).

Il segnale è conforme alle tendenze che si affermano in campo nazionale (si accorciano i tempi e le modalità delle vacanze) e

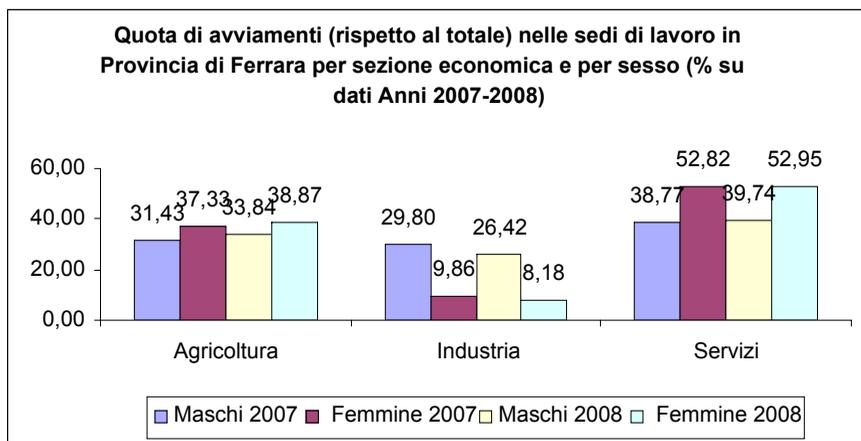
spiega il rapporto tra l'aumento delle presenze e la flessione, meno importante rispetto ad altri settori produttivi, osservata nel turismo nei mesi del 2008 per ciò che riguarda gli avviamenti.

3.2. Analisi domanda per genere

La forte crescita degli avviamenti nel settore dei servizi ha portato ad una maggiore occupazione femminile, dato che viene confermato anche nei due anni presi in esame.

Per quanto riguarda il 2008 in particolare, vediamo che nel primario e nel secondario gli avviamenti maschili rappresentano, insieme, il 60,26% del totale e quelli femminili il 47,05%.

Nel terziario, le posizioni si invertono: sono cioè gli avviamenti femminili ad avere la quota superiore con il 52,95%.



*Grafico 2. Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale.
Elaborazione Artemis*

Il grafico successivo mostra che anche nel 2008, l'attività Alberghi e ristoranti non fa eccezione (gli avviamenti femminili rappresentano più del 62%) e che, soprattutto, a fronte di un calo generale del 4% delle assunzioni, gli avviamenti femminili totali superano quelli maschili di una percentuale pari al 12,16%, incrementando il dato del 2007 che vedeva gli avviamenti femminili superare quelli maschili del 11,46%.

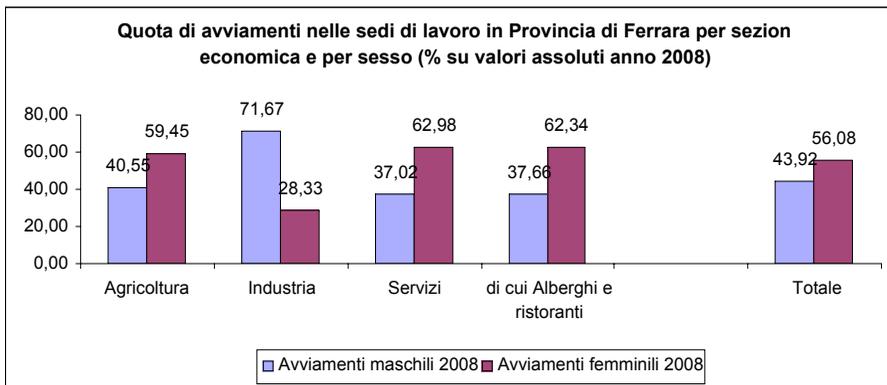


Grafico 3. Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale.
Elaborazione Artemis

Se confrontati con il 2007, gli avviamenti femminili nei servizi sono diminuiti del -3,18% mentre quelli maschili del -2,41%. Nello specifico, la sezione Alberghi e ristoranti ha visto una diminuzione degli **avviamenti femminili del -3,46%** e quelli **maschili del -8,40%**.

Se ne ricava che, seppure in un ambito di calo generale, la **componente femminile** nel terziario rimane accentuata anche nelle attività connesse al turismo.

3.3. Analisi domanda per tipologia di contratto

Nel 2008 la tipologia di contratto degli avviamenti avvenuti nel settore turistico alberghiero è stata per l'87% a termine, in linea con quanto si registra di solito nelle province rivierasche.

Parliamo dunque di una forte stagionalità che riguarda soprattutto le assunzioni femminili: dei 5.101 avviamenti a tempo determinato, infatti, oltre il 62% (ben 3.195) sono donne.

A compensazione parziale, oltre il 60% degli avviamenti a tempo indeterminato sono stati femminili.

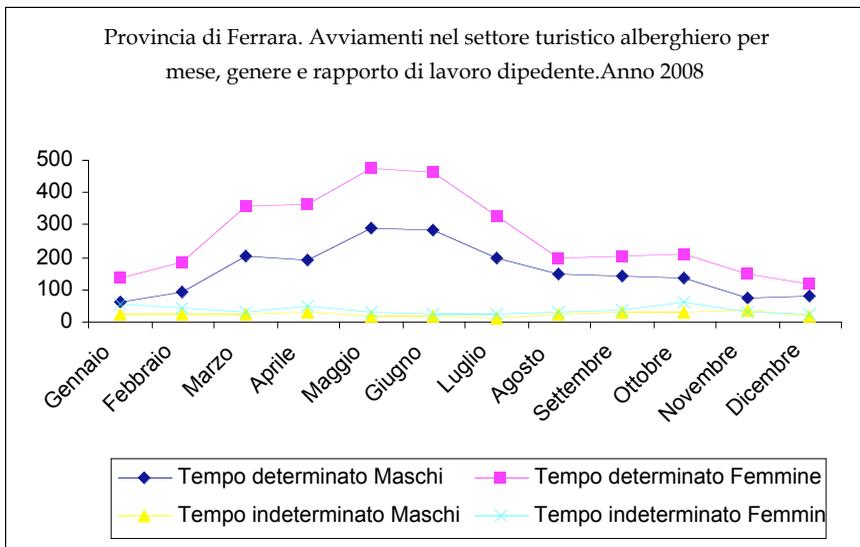


Grafico 4. Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale.
Elaborazione Artemis

Nel 2008, a fronte di un leggero incremento complessivo, rispetto all'anno precedente sono aumentati gli avviamenti a tempo determinato e diminuiti quelli a tempo indeterminato.

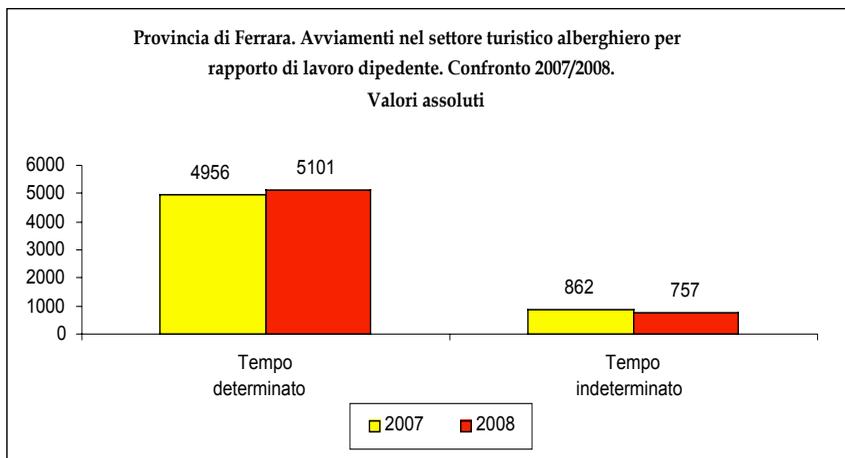


Grafico 5. Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale. Elaborazione Artemis

Il dato si conferma in sintonia con la tendenza regionale, che vede nel settore una forte presenza femminile ma al, contempo, un aumento della precarizzazione del lavoro.

Un punto che merita, infatti, una riflessione sul fronte della contrattualità è il *part-time*. Da un lato esso è testimone di un consolidamento, con un ruolo importante della forma indeterminata, che caratterizza soprattutto le donne. Dall'altro, i dati mostrano importanti criticità in termini di livelli retributivi orari.

Il *part-time* quindi rimane una forma importante di integrazione socio-economica delle donne, e della componente straniera di queste, ma va attentamente valutato nelle sinergie con altri fattori di qualità dell'occupazione, le retribuzioni anzitutto. Tale incremento inoltre può riflettere una domanda di lavoro "povera", ovvero a basse qualifiche, principalmente concentrata nel settore dei servizi alle persona e nei servizi di pulizia. Criticità sono infatti rilevate sul piano salariale, dove pare penalizzato il *part-time* sul tempo pieno, in termini di retribuzione oraria.

3.4. Analisi domanda di lavoratori immigrati

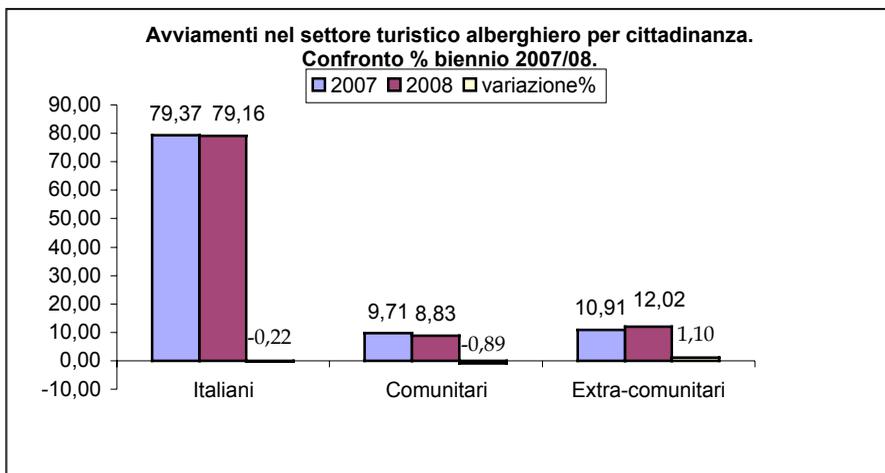
I dati sugli inserimenti al lavoro dal 2007 al 2008 evidenziano un leggero incremento del +0,69%. Nel settore turistico alberghiero, i lavoratori italiani sono aumentati del +0,41%, i comunitari sono diminuiti del -8,5% e gli extracomunitari sono aumentati del +10,87%.

Avviamenti nel settore turistico alberghiero per cittadinanza nel biennio 2007/08

Cittadinanza	2007	2008	var%
Italiani	461846	370,41	
Comunitari	565	517	-8,50
Extra-comunitari	635	704	10,87
Totale	581858	580,69	

Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale. Elaborazione Artemis

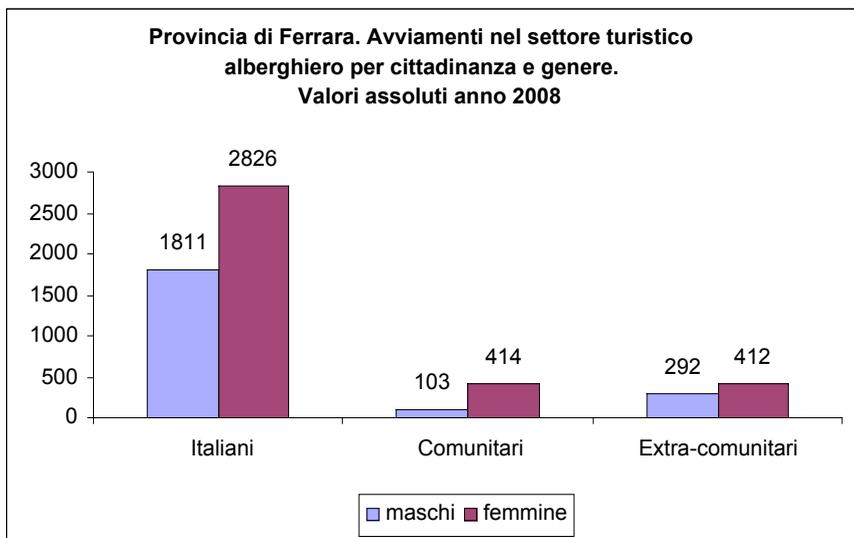
Considerando i dati per cittadinanza, si osserva che i lavoratori italiani nel 2007 rappresentavano il 79,37% del totale degli avviamenti, registrando nel 2008 un -22%, che i lavoratori comunitari nel 2007 rappresentavano il 9,71% del totale degli avviamenti, registrando un -0,89% nel 2008 e che i lavoratori extracomunitari nel 2007 rappresentavano il 10,91% del totale degli avviamenti registrando un +1,10% nel 2008.



*Grafico 6. Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale.
Elaborazione Artemis*

A conferma del fatto che non sembrano emergere elementi di selezione di tipo discriminatorio basate sulla nazionalità, la composizione della forza lavoro per provenienza, dunque, nella sostanza non ha subito modifiche rilevanti.

Confrontando, infine, i dati per genere, è possibile osservare che l'alta presenza femminile si conferma anche negli avviamenti di cittadini comunitari ed extracomunitari.



*Grafico 7. Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale.
Elaborazione Artemis*

3.5. Analisi relative alle professioni

Con il 72,7%, le professioni più richieste nel settore turistico alberghiero, in base agli avviamenti 2008, risultano essere le professioni qualificate nelle attività turistiche alberghiere, pur registrando, rispetto al 2007, una diminuzione del -1,5%.

Segue il personale non qualificato nelle attività commerciali e nei servizi che, al contrario, vede un aumento del +2,6%, il personale non qualificato nelle attività di industrie e costruzioni, che invece diminuisce la sua presenza del -2,3% e quello non qualificato nei servizi alle persone ed assimilati che marca un leggero aumento del +0,6%.

A seguire, gli impiegati a contatto con il pubblico, che rimangono praticamente invariati, le professioni qualificate nei servizi sociali, culturali, etc., che diminuiscono del -0,3%, e quelle qualificate nelle attività commerciali che aumentano del +0,2%.

Crescono del +1,6% le professioni non qualificate nelle attività gestionali e rimangono invariati gli avviamenti nelle professioni tecniche nell'amministrazione e nelle attività finanziarie e commerciali.

Avviamenti nelle sedi di lavoro in Provincia di Ferrara nel settore turistico alberghiero per gruppo professionale (Istat 2001). Biennio 2007-2008

GRUPPO PROFESSIONALE	Numero		Percentuale		Diff.
	2007	2008	2007	2008	
Professioni qualificate nelle attività turistiche ed alberghiere	4.314	4258	74,1	72,7	-1,5
Professioni non qualificate nelle attività commerciali e nei servizi	431	588	7,4	10,0	2,6
Professioni non qualificate delle miniere, delle costruzioni e delle attività industriali	180	44	3,1	0,8	-2,3
Professioni non qualificate nei servizi alle persone ed assimilati	137	173	2,4	3,0	0,6
Impiegati a contatto diretto con il pubblico	103	111	1,8	1,9	0,1
Professioni qualificate nei servizi sociali, culturali, di sicurezza, di pulizia ed assimilati	102	88	1,8	1,5	-0,3
Professioni qualificate nelle attività commerciali	84	97	1,4	1,7	0,2
Professioni non qualificate nelle attività gestionali	66	158	1,1	2,7	1,6
Professioni tecniche nell'amministrazione e nelle attività finanziarie e commerciali	15	14	0,3	0,2	0,0
Altre professioni	386	327	6,6	5,6	-1,1
TOTALE	5818	5858	100	100	

Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale. Elaborazione Artemis

Nel confronto con il 2007, viene evidenziata la tendenza verso un incremento della richiesta di professioni non qualificate, a discapito del personale qualificato.

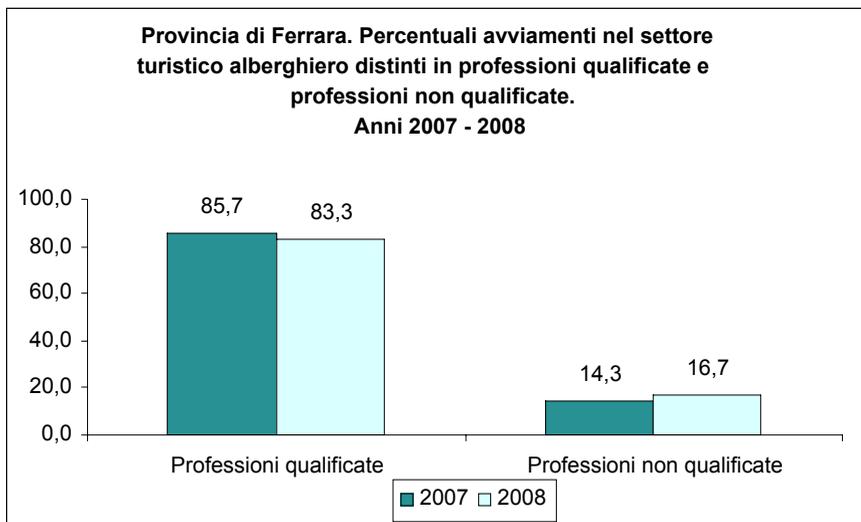


Grafico 8. Fonte: Provincia di Ferrara - Servizio Politiche del Lavoro e Formazione Professionale. Elaborazione Artemis

Nel settore turistico alberghiero, le professioni qualificate hanno subito un decremento, nel 2008, pari al $-2,5\%$ a favore delle professioni non qualificate, sconfessando, in questo caso, una tendenza più complessiva che vede, a fronte di un calo generale delle assunzioni determinato dalla congiuntura economica, un aumento della domanda di lavoro qualificato.

3.6. Analisi dei dati INPS

A corredo dei dati elaborati dall'Osservatorio del Mercato del Lavoro Provinciale, che includono anche le informazioni provenienti dall'INPS abbiamo comunque ritenuto utile uno spaccato di dettaglio fornitoci direttamente dall'INPS della Provincia di Ferrara per il periodo Gennaio 2008 da Maggio 2009.

Tali dati ci consentono una visione più particolare sul comparto di indagine (Comparto Commercio Sezione Alberghi e Pubblici Esercizi codice I.N.P.S. -7.05) andando ad analizzare nel dettaglio tre elementi:

- ❑ le dimensioni dell'impresa versanti
- ❑ il personale dipendente occupato
- ❑ le tipologie di contratto del comparto.

Il confronto è stato fatto attraverso la rilevazione statistica sull'archivio locale delle aziende per il mese di Aprile 2009 in cui il numero aziende attive nel periodo di indagine era pari a **1035**, confrontato con il corrispondente mese di Aprile 2008 in cui il numero aziende attive nel periodo di indagine era pari **1043**.

In base ai dati disponibili e ai mesi di confronto non emergono dati legati a contrazione di personale rispetto al corrispondente periodo.

Per quanto concerne le aziende versanti, ripartite in base alla dimensione, si evidenzia un leggero incremento complessivo, ripartito in modo abbastanza omogeneo in tutte le classi dimensionali (vedi tabella):

Numero di aziende versanti in base alla dimensione			
CONFRONTO 2008/2009			
	2008	2009	Diff.
DA 1 a 4	716	722	6
DA 5 a 10	198	199	1
DA 11 a 20	58	73	15
DA 21 A 50	15	14	-1
da 51 a 100	3	3	0
DA 101 500	1	1	0
TOTALI	991	1012	21

Fonte: INPS Provincia di Ferrara

Considerazioni analoghe si possono fare sul numero di addetti, anch'essi in aumento per quanto riguarda il numero complessivo, sebbene non ripartito in modo omogeneo sulle varie classi dimensionali (aumentano gli addetti solo nelle classi dimensionali da 1 a 4 e da 11 a 20):

Numero di occupati per dimensione aziendale			
CONFRONTO 2008/2009	2008	2009	Diff
DA 1 a 4	1378	1420	42
DA 5 a 10	1323	1310	-13
DA 11 a 20	803	984	181
DA 21 A 50	401	369	-32
da 51 a 100	185	183	-2
DA 101 500	108	108	0
	4198	4374	176

Fonte: INPS Provincia di Ferrara

Per quanto riguarda infine i confronti per tipologia di contratto aumentano in modo lieve gli impiegati e, in **maniera più marcata** **gli operai** mentre diminuiscono gli impiegati part-time e restano sostanzialmente invariati gli operai part-time.

Confronti per Tipologia di Contratto

Aprile 2008/2009

	2008	2009	Diff.
Impiegati	157	165	8
Operai	1518	1690	172
Dirigenti			0
Apprendisti			0
Impiegati part-time	73	67	-6
Operai part itme	2450	2452	2
	4198	4374	176

Fonte: INPS Provincia di Ferrara

3.7. Sintesi degli aspetti di maggior rilievo emersi

Pur nella difficoltà di avanzare previsioni attendibili, il 2009 è contrassegnato da difficoltà anche per il turismo, l'attività economica con il più elevato livello di coinvolgimento di settori produttivi eterogenei. Le attività turistiche avvertono le ripercussioni della crisi, con la contrazione dei consumi e della capacità di spesa per le vacanze.

Le conseguenze della crisi internazionale per il turismo dipendono anche dalla peculiare configurazione della domanda. Il turismo è un mercato di mercati nel quale coesistono due grandi aggregati, con regole diversificate e con alcuni punti di contatto.

Da un lato il turismo per il tempo libero, al quale fa capo oltre il 70 per cento del mercato, caratterizzato da una accentuata stagionalità e da una maggior permanenza media. Dall'altro, il turismo d'affari, con filiera decisionale di tipo aziendale, stagionalità attenuata e una permanenza media assai breve. Il comparto leisure è condizionato, analogamente a quello business, dalla congiuntura economica, ma risente dell'influenza di componenti di natura sociale e culturale che spingono a non rinunciare alle vacanze pur in una fase di crisi.

Dall'analisi condotta su dati relativi alle attività connesse al turismo nella provincia di Ferrara, in primo luogo viene confermata la vocazione turistica del territorio, in grado di intercettare le diverse

esigenze grazie all'offerta di un panorama diversificato di opportunità di visita.

Ciò ha permesso, nel 2008, un aumento sia delle presenze sia degli arrivi, pur mantenendo il picco tipico della stagionalità.

In secondo luogo, dall'analisi dei dati declinati secondo le caratteristiche demografiche e sociali dei lavoratori, non parrebbero emergere elementi di selezione di tipo discriminatorio basate su genere e nazionalità. Al contrario, gli avviamenti di lavoratori extracomunitari, per esempio, nel 2008 sono aumentati rispetto all'anno precedente.

Per quanto riguarda la tipologia contrattuale dei posti di lavoro perduti risulta chiaro che i rapporti di lavoro che hanno subito la maggiore flessione sono quelli a tempo indeterminato.

Per ciò che concerne, infine, le professioni, si evidenzia la tendenza di una diminuzione della richiesta di professioni qualificate, a favore del personale non qualificato, in controtendenza al rapporto che esiste tra domanda e offerta di lavoro nei periodi di recesso, durante i quali le prime "vittime" sono proprio i lavoratori poco qualificati.

Sorge allora spontanea una domanda: che la tendenza del mercato del lavoro turistico provinciale sia quella di preferire, in tempo di

crisi, la tipologia di lavoratore maschio, non qualificato ed extracomunitario?

CAPITOLO 4

PRESENTAZIONE DEI RISULTATI RILEVATI DA INTERVISTE E FOCUS GROUP

4.1. Elementi di contesto generale emersi dai focus e interviste in profondità con soggetti istituzionali

Il contesto generale è influenzato dai dati ancora parziali legati al 2009 che evidenziano da un lato una sostanziale tenuta del costiero con flussi di stranieri in riduzione e dall'altro una forte contrazione dei flussi legati alle città d'arte in linea con una tendenza più generale a livello nazionale.

Gli ultimi dati legati ai mesi di Ottobre e Novembre 2009 sembrano essere comunque più positivi e in controtendenza rispetto al resto dell'anno.

Si conferma anche per il 2009 una sofferenza del settore alberghiero coerente con i dati di tendenza rilevati nella analisi desk che avevano peraltro evidenziato un dato importante legato alla diminuzione di assunzioni di personale qualificato.

Ciò è spiegato nel quadro di una contrazione che segue un periodo di forte crescita delle strutture alberghiere, che avevano acquisito personale qualificato, e che ora non sono più in grado di assorbire.

Si ritiene quindi realistico il dato rilevato di aumento di personale non qualificato in contesto recessivo.

Dal confronto con l'Assessore Davide Bellotti è emerso come i dati aggregati si prestino ad una lettura non univoca ma variegata e complessa.

I dati a disposizione infatti non sono ad oggi esaustivi e sufficientemente disaggregati: fra le cose più eclatanti è importante ricordare il fatto che manca ancora un censimento completo degli immobili turistici sul litorale (i dati vengono fatti su stime con una forbice di errore fra il 25 e il 35%!) e che i dati legati alle presenze dovrebbero essere in grado di fornire informazioni di natura più specifica rilevando per esempio le presenze legate a motivi di business da quelle più legate a soggiorno turistico.

Il tessuto imprenditoriale del comparto turistico provinciale presenta alcuni aspetti caratterizzanti che possono essere così riassunti:

- Una struttura imprenditoriale ancora molto frammentata e caratterizzata da micro-imprese
- Difficoltà a fare sistema
- Mancanza di una scenario di tipo industriale
- Mancanza di un sistema di programmazione-pianificazione sul modello di quello invalso sulla costa romagnola (con i vantaggi e gli svantaggi che ne derivano)

- Efficacia in termini di capacità di accoglienza con una capacità di generare *“numeri di assoluto rilievo malgrado la frammentarietà del tessuto imprenditoriale”*.¹

I risultati prodotti dal sistema turistico provinciale sembrano quindi premiare la capacità spontanea di fare mercato a fronte di una debolezza strutturale che rende difficile la creazione di una strategia comune.

La sfida che ci pare di avere percepito come mission strategica dell'attuale sistema di governo provinciale, è quindi quella di operare per la creazione di un sistema più strutturato che riesca comunque a preservare le caratteristiche fondanti e culturali della micro-impresa ferrarese, bilanciando così la determinazione di strategie comuni con la capacità spontanea di fare mercato ed innovazione.

Questo è il quadro di riferimento all'interno del quale si pone il discorso legato ai bisogni formativi esistenti, che diventa necessariamente un ragionamento piuttosto complesso e articolato dati i fattori di premessa.

¹ Intervento dell'Assessore al Turismo Davide Bellotti

Abbiamo comunque rilevato tre aspetti fondamentali che sintetizzano gli obiettivi di chi deve assicurare il governo e l'indirizzo generale:

La necessità di assicurare un livello di acquisizione-mantenimento di competenze di base e specialistiche (vengono citate le competenze linguistiche e quelle legate all'accoglienza) come elemento imprescindibile ma non centrale.

“Per ciò che concerne la formazione, negli anni il Pubblico ha comunque soddisfatto le esigenze delle piccole imprese. Oggi, l'esigenza è probabilmente legata ad un bisogno particolare del singolo”².

La necessità di usare la leva formativa per favorire la riconversione di personale in uscita che non può essere riassorbito dal pubblico e che genera una riflessione più ampia ed articolata.

La necessità di creare competenze ed expertise che possano favorire la creazione di un sistema capace di creare dal basso (approccio bottom up) soluzioni e visioni di lungo periodo. Questo è

² Intervento dell'Assessore al Turismo Davide Bellotti

ritenuto l'obiettivo cruciale che deve unire la programmazione e la formazione.

Ciò significa favorire una sinergia per la creazione di nuove professionalità che supportino le auspiccate azioni di sistema, persone che parlino un linguaggio evoluto in merito al prodotto turismo.

In tal senso il pubblico non dovrebbe più essere visto come il promotore di iniziative che generano un flusso e conseguentemente un indotto, ma come un organizzatore/selezionatore/sviluppatore di processi che nascono in forma organizzata sui territori.

L'obiettivo più volte ribadito a livello dei policy makers è quello di identificare nuovi prodotti e mercati giacché alcune delle strategie messe in atto fino ad oggi vanno ripensate e non può essere tutto delegato alla creazione di eventi.

Fra le competenze chiave da sviluppare vengono citate le seguenti:

- Conoscenza degli scenari (italiani e non)
- Conoscenza dei territori
- Conoscenza dei mercati
- Capacità di vision e strategia
- Capacità di pianificazione

Su un piano più strettamente operativo questo significherebbe lavorare da un lato sulle competenze manageriali e dall'altro su un livello di sensibilizzazione/informazione che porti lentamente alla creazione di un nuovo approccio, identificando prodotti e strategie che nascano dai territori e che, una volta definiti e dotati di una loro sostenibilità (anche economica) possano interloquire con il livello pubblico di indirizzo e di governo.

La sfida, decisamente affascinante, presenta però un elevato livello di complessità in quanto significa agire anche su aspetti culturali che caratterizzano il tessuto socio-economico.

Questo è uno dei temi centrali che abbiamo provato a sviluppare nei focus group e nelle interviste di cui presentiamo di seguito una breve sintesi.

4.2. Gli assi strategici generali emersi dai focus tematici e dalle interviste in profondità con imprenditori

I focus group tematici sono stati realizzati presso l'oasi di Canneviè di Volano che, posta all'interno di una oasi naturalistica a pochi chilometri dalla costa, rappresenta anche simbolicamente un punto di incontro sinergico fra differenti tipologie di turismo.

Il leit-motive degli incontri è stato l'identificazione di bisogni formativi ricorrenti ed emergenti legati al comparto costiero e del verde.

La parte legata invece al territorio di Cento, rilevante a causa di possibili impatti sul sistema ricettivo determinati dalla perdurante recessione industriale, è stata svolta attraverso interviste telefoniche in profondità.

La metodologia del focus group, supportata da una notevole disponibilità e motivazione intrinseca di tutti gli imprenditori coinvolti, ha permesso di raccogliere moltissimi elementi e spunti progettuali che sono stati raccolti ed organizzati in schemi di sintesi elaborati sulla falsariga della metodologia della S.W.O.T. analysis.

A livello più generale sono emersi 4 assi strategici sui quali è stato svolto un lavoro di elaborazione (in gruppo e in modalità di back-office) che ha permesso di definire matrici di bisogni per ogni livello strategico identificato.

I quattro assi identificati sono stati i seguenti:

- *Innalzare i livelli di qualificazione presenti sul territorio*

- *Supportare la nuova imprenditoria nascente*
- *Sviluppare le competenze degli imprenditori che da anni sono sul territorio e favorire il ricambio generazionale*
- *Governare i processi di transizione di chi è uscito dal mercato del lavoro e intende riconvertirsi nel turismo*

Ci pare utile ricordare la somiglianza fra questi assi strategici e quelli identificati a livello più istituzionale, sintomo di una percezione comune legata alle criticità da affrontare. L'unico aspetto che viene messo meno in rilievo dagli imprenditori intervistati è la necessità di maggior integrazione fra i differenti comparti, bisogno percepito dal gruppo di imprenditori coinvolti come non prioritario.

Di seguito presentiamo per ogni asse l'elaborazione svolta con il contributo dei gruppi:

ASSE 1: Innalzare i livelli di qualificazione presenti sul territorio

Criticità emerse	Punti di forza	Opportunità	Rischi
<p>Le imprese faticano a trovare professionalità complete (soprattutto sul territorio)</p> <p>Esiste una domanda di professionalità superiore all'offerta che il territorio riesce a produrre</p> <p>Bassa competenze linguistiche</p> <p>Basse competenze legate al ruolo e al modo di porsi (accoglienza)</p> <p>Mancanza di Istituti superiori a Comacchio</p> <p>Manca un livello di comunicazione efficiente fra domanda ed offerta</p> <p>Necessità di creare linguaggi comuni legati alle competenze</p> <p>Formazione legata a vincoli e bassa flessibilità VS esigenze di flessibilità delle imprese</p>	<p>Esiste capacità di generare innovazione</p> <p>Alcune imprese ricercano personale anche utilizzano banche dati europee; questo evidenzia una maggior dinamicità delle imprese rispetto alle risposte che il livello istituzionale riesce a fornire</p>	<p>Esistono spazi di nuova "occupabilità" in quanto la domanda resta elevata</p> <p>Le imprese devono abituarsi a diventare incubatori di competenze</p> <p>Creare sistemi di test che permettano di valutare le competenze possedute</p> <p>Creare percorsi integrati sul modello di:</p> <ul style="list-style-type: none">- Percorso scolastico iniziale- Specializzazione linguistica e tecnica all'estero- Formazione specialistica in Italia- Ingresso nel mercato del lavoro <p>Creare laboratori per lo sviluppo delle competenze</p> <p>Creare una banca dati territoriale con indicazione dettagliata delle competenze</p>	<p>Dialogo fra sistemi (istruzione, formazione e impresa) bloccato da interessi contrapposti</p> <p>Mercato del lavoro non sempre attraente che risente della maggior attrattività della costa romagnola</p>

ASSE 2: Supportare la nuova imprenditoria nascente

Criticità emerse

Punti di forza

Contesto recessivo che non facilita gli investimenti

Esistono professionalità che sono cresciute nell'ambito del turismo e che hanno competenze ed energie ed energie altamente spendibili

Aumentano le opportunità di rilevare e "ripensare" nuove attività

L'Ente pubblico svolge un ruolo attivo e non agisce in termini di alienazione dei beni a scopo di remunerazione (quindi consente ancora l'accesso a imprese familiari)

Opportunità

Maggiore liberalizzazione possibile generatrice di nuove opportunità

Aumento di conflittualità intrasistema determinata da una maggiore liberalizzazione.
Rischio di una classe imprenditoriale che nasce per bisogno e non per vocazione senza capitali da investire (debolezza strutturale)

Rischi

ASSE 3: Sviluppare le competenze degli imprenditori che da anni sono sul territorio e favorire il ricambio generazionale

Criticità emerse	Punti di forza	Opportunità	Rischi
<p>Bassa capacità di usare le leve del marketing territoriale e del marketing di impresa</p> <p>Basso utilizzo degli strumenti web (facebook, promozione on line, pubblicizzazione dei pacchetti etc)</p> <p>Percepito bisogno di figure cerniera (imprenditoriali) che possano aiutare gli imprenditori a sviluppare strategie di marketing</p>	<p>Gli imprenditori proprio in un contesto di crisi hanno dimostrato molte capacità di adattamento (competenza fondamentale per un imprenditore) <i>"ho messo la barca a disposizione gratuitamente così la gente veniva poi al ristorante e così ha funzionato"</i></p> <p>Presenza di imprenditori con ottime capacità di lettura del contesto e di vision strategica <i>"abbiamo investito nei momenti giusti"</i></p>	<p>Lavorare sulle competenze commerciali</p> <p>Identificare obiettivi comuni su cui fare sistema (evitare di lavorare astrattamente sul sistema)</p> <p>Maggiore cura nella formazione per la verifica delle competenze in ingresso per non creare gruppi troppo disomogenei</p> <p>Sviluppare strategie di mercato che partano dal basso un approccio bottom up</p>	<p>Rischio di dispersione di esperienze e competenze di natura imprenditoriale</p> <p>Rischio di scarso ricambio generazionale</p>

ASSE 4: Governare i processi di transizione di chi è uscito dal mercato del lavoro e intende riconvertirsi nel turismo

Criticità emerse	Punti di forza	Opportunità	Rischi
<p>La crisi seguita ad una fase recessiva ha determinato la fuoriuscita di professionalità "forti" dal mercato del lavoro</p> <p>L'intervento pubblico ha spazi di riassorbimento molto più limitati che in passato</p>	<p>Chi ha acquisito competenze ed esperienze di rilievo è in grado di svolgere percorsi di riconversione in modo consapevole e motivato (abbiamo rilevato nelle nostre interviste alcuni casi di successo)</p>	<p>Per il settore del turismo esistono possibilità di acquisire professionalità già formate provenienti da altri settori e di questo gli imprenditori ne sono consapevoli</p> <p>Mettere a punto strumenti in grado di far dialogare domanda e offerta: un imprenditore ha affermato testualmente : <i>"come facciamo a entrare in contatto con professionalità in uscita dal mercato del lavoro e per noi interessanti?"</i></p>	<p>Processo non governato con rischi di eccessiva deregulation</p> <p>Eccessiva competizione interna sul mercato del lavoro</p>

4.3. Gli approfondimenti legati ai comparti e agli ambiti territoriali specifici

L'utilizzo dei focus group ha permesso, inoltre, di rilevare bisogni più specificamente legati a comparti ed ambiti territoriali specifici quali:

- **Città di Ferrara** che, pur potendo contare su un patrimonio artistico e culturale di grande attrattiva, italiana e straniera, subisce maggiormente l'attuale congiuntura economica. Tra le criticità rilevate, emerge in particolare la presenza di professionalità e competenze qualificate (la cui assunzione si era resa necessaria per coprire il fabbisogno dettato dalla forte espansione degli anni precedenti) e che, in un periodo di recessione economica, sono a rischio di obsolescenza.
- **Area Centese** che sconta l'aumento dell'offerta ricettiva di Bologna con la naturale conseguenza di vedere ridotto il numero degli arrivi nel proprio territorio. Tra le criticità rilevate, emerge l'aumento di strutture turistico-alberghiere che, in mancanza di una programmazione, ha in parte alterato il mercato, rendendo necessario un ripensamento del sistema ospitalità.
- **Comparto verde** che, in termini di risorsa turistica, rappresenta l'ambito più recente dell'intera provincia e dunque meno strutturato. Tra le criticità emerse, la più importante risulta essere la presenza di imprese tendenzialmente piccole e di natura familiare ma che insistono su un territorio con grandi possibilità di espansione.

- **Comparto costa** che soffre sia della mancanza di una cultura imprenditoriale locale omogenea, sia dell'assenza di supporto, dall'istituzione e dal privato stesso, che non investono a sufficienza nella programmazione, la prima, e nello sviluppo delle risorse il secondo. Tra le criticità del comparto, emerge prepotente la difficoltà di reperire competenze qualificate in grado di garantire la continuità necessaria per mantenere/aumentare un'offerta turistica in grado di attrarre un pubblico sempre più esigente.

Come per gli assi strategici, di seguito viene riportata, per ciascuno degli ambiti, uno schema di sintesi di quanto emerso nei *focus* in termini di Criticità emerse, Punti di forza, Opportunità e Rischi.

Città di Ferrara e area Centese

Ferrara Città

Criticità emerse

Subisce maggiormente la congiuntura economica negativa

La forte espansione degli ultimi anni ha portato ad assorbire competenze e professionalità che ora sono in esubero (e in un contesto di crisi si preferisce utilizzare personale non qualificato)

Non esistono dati precisi, occorre distinguere le presenze a scopo turismo/relax/cultura da quelle legate al soggiorno per motivi di lavoro

Punti di forza

Il patrimonio artistico-culturale ha ancora margini di valorizzazione

L'appeal internazionale è in ascesa

Opportunità

Lavorare su nuove strategie di marketing territoriale

Rafforzare/creare maggiore integrazione con il turismo costiero

Rischi

Proseguire una politica di assunzione di personale dequalificato per ridurre i costi

Area Contese

Criticità emerse

Contrazione dei soggiorni legati alla Fiera di Bologna causa aumento dell'offerta ricettiva su quella provincia

Sviluppo e aumento poco governato di strutture turistico-alberghiere che spesso hanno usufruito di finanziamenti pubblici e che hanno alterato il mercato

Soggiorni legati esclusivamente al business (ad eccezione dei soggiorni legati al carnevale di Cento).

Punti di forza

La pesante crisi industriale che ha colpito l'area contese sembra avere impattato in modo più marginale sul comparto turistico-ricettivo che, sebbene in netto calo sul 2008 (con punte anche del 60%), si mantiene ancora a livelli sostenibili

Imprenditoria evoluta capace di prendersi cura delle proprie risorse

Nonostante la crisi, aspettative di crescita per i prossimi anni

Opportunità

Sviluppare una ospitalità più attenta ai temi emergenti del benessere e dell'eco-sostenibilità

La crisi ha generato un effetto positivo in termini di disponibilità di personale qualificato e di motivazione intrinseca *"adesso con la crisi sono arrivati molti più curriculum e si è avuta gente più qualificata"*

"Si sono fatti meno problemi...anche le professionalità qualificate sono ora disposte a fare spostamenti"...occorre quindi rafforzare lo sviluppo interno delle risorse e i meccanismi di trasferimento di competenze

Lavorare molto sulle competenze relazionali e trasversali rispetto alle linguistiche che sono meno importanti rispetto alla costa

Rischi

Prevalentemente legati al perdurare della crisi industriale sull'area

Comparto verde

Criticità emerse

Ambito ancora giovane e poco strutturato

Imprese tendenzialmente piccole e di natura familiare

Punti di forza

Grandi spazi di sviluppo e di nuova imprenditoria

Possibilità di creare servizi/prodotti innovativi

Dinamicità del tessuto imprenditoriale

Gli enti tendono a non alienare le proprietà favorendo l'accesso dei piccoli

C'è la tendenza ad un turismo maggiormente destagionalizzato

Opportunità

Sviluppo delle capacità organizzative e delle conoscenze del territorio (al contrario di quello balneare, il turismo ecologico richiede di essere organizzato)

Rafforzare e competenze imprenditoriale di lavoro in rete

Sviluppo del turismo scolastico/di istruzione nei periodi di minor afflusso

Rischi

Generare una offerta di servizi poco strutturata e governata dal centro

Costa

Criticità emerse

Difficoltà a trovare professionalità sul territorio

Parziale mancanza di percorsi di supporto sia di tipo istituzionale che privato (le stesse imprese investono poco nello sviluppo delle risorse)

Mancanza di una cultura imprenditoriale locale omogenea e strutturata "prima venivano da fuori a fare impresa"

Punti di forza

Capacità di tenuta anche in un contesto di crisi

Presenza di aziende forti e consolidate capaci di produrre innovazione e con vision internazionale

Opportunità

Rafforzare la managerialità degli imprenditori compresa la capacità di "prenderci cura" delle proprie risorse

Favorire l'assunzione di risorse locali anche attivando percorsi innovativi di work-experiences

Sviluppare strategie di marketing che partano dal basso con approcci bottom up

Supportare i nuovi imprenditori ma lavorare la contempo sull'orientamento per evitare che il fare impresa diventi non una scelta ma una alternativa obbligata

Rischi

Aumento della flessibilità del lavoro

Aumento della natalità/mortalità di microimprese con impatti sociali pesanti per chi ha acquistato a debito

CAPITOLO 5

PRESENTAZIONE DEI RISULTATI RILEVATI TRAMITE INTERVISTE E QUESTIONARI AI LAVORATORI

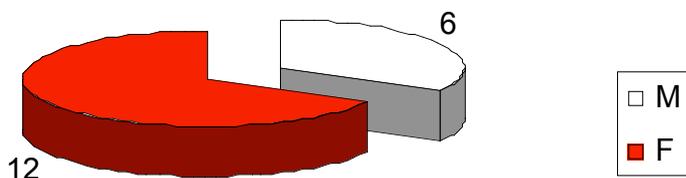
5.1. Metodologia di indagine e gruppo campione

A corollario ed integrazione dell'indagine, svolta attraverso interviste e focus group, è stato somministrato un breve questionario di rilevazione dei bisogni formativi ad un gruppo di lavoratori impiegati nel comparto turistico.

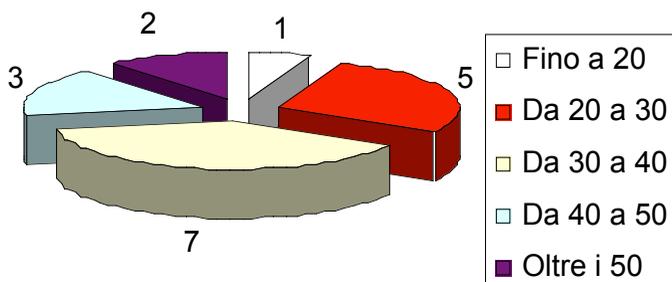
Il campione numericamente ridotto non consente di fare inferenze sufficientemente rappresentative dell'intera popolazione di lavoratori ma consente comunque di avere alcune informazioni aggiuntive riguardo al punto di vista di chi opera nel settore.

Sono stati complessivamente coinvolti 18 lavoratori operanti nel comparto turistico, in prevalenza donne (12 su 18) e con una fascia di età compresa fra i 30 e 40 anni.

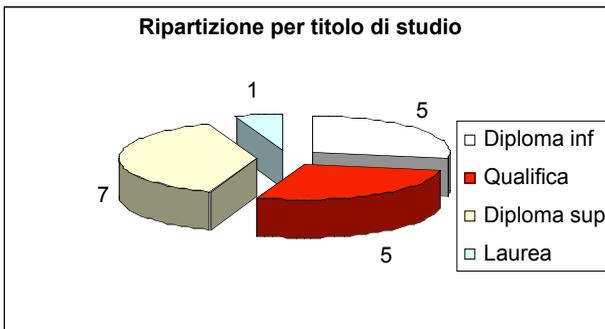
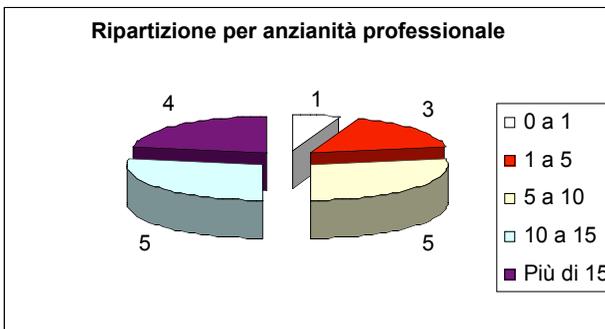
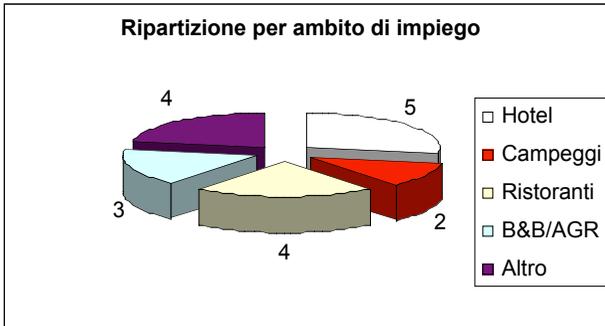
Ripartizione per sesso



Ripartizione per età



Il gruppo campione appare sufficientemente distribuito in termini di ambito di impiego e di anzianità professionale, mentre per quanto riguarda il titolo di studio la maggior parte dei soggetti intervistati possiede il Diploma di Scuola Superiore.



Per quanto riguarda infine la tipologia per lavoro svolto, il campione risulta abbastanza distribuito nelle professioni turistiche tipiche; da notare che una buona parte dei soggetti non specifica il lavoro svolto.

Ripartizione per tipologia di lavoro svolto	
Cameriere/capo sala	3
Receptionist	2
Cuoco/aiuto cuoco	2
Barman	2
Guida ambientale escursionistica	2
Direttore di albergo	1
Tour operator	1
Non specifica	5

5.2. I dati relativi ai bisogni di formazione

Il primo dato che è stato rilevato è quello relativo allo svolgimento di percorsi di formazione professionale da cui è importante rilevare come all'interno del gruppo campione, benché come visto in premessa non rappresentativo dell'universo in esame, la grande maggioranza abbia svolto percorsi di formazione professionale.

Ha svolto percorsi di formazione professionale?

SI	15
NO	3

Se si quali?

Apprendistato	2
Post diploma	1
Post diploma extraprovinciale	2
Specializzazione sul lavoro	3
Scuole linguistiche private	2
Voucher alta formazione	1
Non specifica	4

Il secondo aspetto rilevato, importante per gli obiettivi di questa ricerca, riguarda invece i bisogni rilevati di ulteriore formazione.

Il primo dato di rilievo che emerge è che i 2/3 del campione dichiara di sentire il bisogno di qualificarsi ulteriormente mentre solo 1/3 ritiene ottimale il grado di professionalità raggiunto:



Scendendo nel dettaglio è stato chiesto in quale ambito specifico desidererebbero sviluppare le proprie competenze. Ne emerge un dato abbastanza inatteso in quanto i due ambiti maggiormente richiesti sono quelli relativi a *“sviluppo di competenze manageriali”* e *“conoscenza del territorio/marketing turistico”* seguiti da *“modalità di relazione ed accoglienza”*.

In quale ambito? (possibile risposta multipla)

Linguistica inglese	3
Linguistica tedesco	3
Informatica di base	
Pacchetti informatici specifici	
Modalità di relazione e di accoglienza	5
Sviluppo di competenze di natura manageriale	7
Conoscenza del territorio/marketing turistico	7
Percorsi legati alla mia professione	3

E' stato infine chiesto di specificare quale sia il modo migliore per imparare la propria professione, da cui emerge una forte valenza di

metodi autodidattici o legati al trasferimento di competenze di un buon maestro. In secondo piano vengono messi i percorsi di istruzione e di formazione.

Qual è secondo lei il modo migliore per “imparare” la sua professione? (possibile risposta multipla)

Avere un buon “maestro”	6
Tramite scuola/percorsi di istruzione	3
Attraverso percorsi di formazione e accompagnamento	5
Si impara da soli con la buona volontà	8
Altro	0

5.3. I dati relativi alle criticità riscontrate

Il primo ambito di criticità indagato è stato quello relativo alla presenza di criticità nel proprio ambito professionale legato a carenze di professionalità. Come si evince dal grafico di seguito riportato la grande maggioranza del campione ritiene che esistano criticità:



Scendendo ad un maggior grado di dettaglio le criticità fanno riferimento soprattutto a difficoltà relazionali/comunicative e a basse competenze di natura imprenditoriale e manageriale. Quest'ultimo dato è importante perché correlato da un bisogno formativo specifico già precedentemente rilevato:

Di che tipo sono le criticità?

Poca conoscenza del lavoro	1
Difficoltà linguistiche	4
Difficoltà relazionali	5
Scarsa professionalità	3
Basse competenze manageriali/imprenditoriali	5
Altro (specificare)	

E' infine stato richiesto quanto viene percepita e premiata la professionalità. Il campione si divide equamente fra chi offre un giudizio positivo (la somma di "abbastanza premiata" e "molto premiata" è uguale a 9) e chi offre un giudizio negativo (la somma di "per nulla premiata" e "poco premiata" è parimenti pari a 9).



5.4. I suggerimenti

Come ultima domanda aperta è stato chiesto un suggerimento per la predisposizione di futuri percorsi di formazione.

I suggerimenti più ricorrenti (nella colonna a destra è indicato il numero delle ricorrenze) sono l'ambito linguistico/comunicativo e quello relativo all'attivazione di percorsi legati al territorio e al marketing (tema emerso anche nei focus e nelle interviste).

Sono interessanti i suggerimenti legati all'aspetto delle competenze manageriali e delle human resources perché di ampio respiro e quelle legate all'aspetto informativo e comunicativo dei percorsi di formazione in modo da poter fruire di tutte le opportunità a livello regionale.

Suggerimenti

Proporre corsi linguistici/comunicazione	4
Fare più percorsi legati al territorio e al marketing	3
Sistemi incentivanti e premianti, formazione sulle risorse umane	2
Sviluppare competenze manageriali e di autoimpresa per i lavoratori	2
Migliorare l'informazione e la comunicazione sulle opportunità formative anche fuori Provincia	2
Creare più opportunità per imparare il mestiere soprattutto per i più giovani	1
Percorsi formativi all'estero	1
Lavorare sulle competenze relazionali, per stare sul mercato occorre un diploma, l'inglese e sapersi relazionare	1
Non risponde	2

CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

L'analisi svolta costituisce un'attività propedeutica all'identificazione di possibili ambiti di intervento formativo di qualificazione e riqualificazione professionale; l'incrocio dei vari dati raccolti consente, infatti, da un lato di identificare alcuni elementi di criticità e dall'altro di individuare alcune possibili piste di intervento su cui innestare percorsi di sviluppo di competenze.

I risultati di questa ricerca non conducono comunque ad una semplice declinazione di bisogni formativi, che non troverebbe corrispondenza rispetto ad un contesto più ampio, in cui entrano in gioco una pluralità di variabili tali da rendere la questione della formazione e dello sviluppo professionale un pezzo sinergico di un puzzle più complesso e articolato.

Sul piano del metodo ci sembra che le informazioni emerse possano contribuire a sviluppare un piano di azione coerente sia rispetto alle visioni istituzionali che a quelle di imprenditori e operatori.

La strategia proposta potrebbe allora essere quella di incrociare gli assi emersi con le specificità dei comparti, come mostrato in modo

esemplificativo nella tabella di seguito riportata nella quale vengono riportati solo alcuni spunti emersi dall'indagine.

INCROCIO ASSI/COMPARTI	Costa	Verde	Città d'arte/ Soggiorni per business
Innalzare i livelli di qualificazione presenti sul territorio	Competenze linguistiche di base e relazionali	Conoscenza del territorio	Nuove strategie di accoglienza
Supportare la nuova imprenditoria nascente	Percorsi di autoimprenditoria	Marketing territoriale	Gestione economica di impresa
Sviluppare le competenze degli imprenditori che da anni sono sul territorio e favorire il ricambio generazionale	Marketing di impresa, web marketing e gestione delle R.U.	Competenze manageriali	Competenze di management strategico
Governare i processi di transizione di chi è uscito dal mercato del lavoro e intende riconvertirsi nel turismo	Analisi e certificazione competenze	Orientamento alla scelta	Supporto ai processi di riconversione professionale
Sviluppare processi formativi che favoriscano l'integrazione fra comparti	Sviluppo di progetti speciali di marketing territoriale, web marketing integrato, simulazioni e proiezioni di sviluppo turistico integrato ecc		

Questa semplice tabella offre già otto differenti tipologie di percorso, a seconda che si parta dagli assi o dei comparti.

Per esempio seguendo l'asse "innalzare i livelli di qualificazione presenti" un possibile percorso potrebbe comprendere 3 macrotematiche (competenze linguistiche di base e relazionali, conoscenza del territorio e nuove strategie di accoglienza).

Seguendo invece il comparto "costa" il percorso potrebbe essere strutturato sui seguenti macrotemi: "competenze linguistiche e relazionali", "autoimprenditoria", "marketing di impresa e web marketing", "analisi e certificazione di competenze".

Questa azione, sinergica alle politiche formative già oggi in essere, potrebbe favorire la nascita e il trasferimento di approcci di tipo bottom-up che partono dal basso e che favoriscono il coinvolgimento degli attori attraverso la partecipazione fin dal processo di progettazione, sulla falsariga del metodo utilizzato in questa ricerca.

La struttura matriciale di questa strategia contribuisce altresì, a nostro avviso, al superamento di una logica compartimentale dell'offerta formativa a favore di una visione più allargata che tenga conto dei vari pezzi del sistema e delle modalità di relazione e di interscambio.

Sarebbe infatti poco coerente cercare di affrontare il problema della scarsa integrazione fra comparti e filiere senza strutturare una strategia di formazione intrinsecamente sinergica e osmotica.

Detto questo, i temi emersi e le classi di bisogni formativi individuati, nuovi ed emergenti, consente di avere un quadro generale di riferimento su cui innestare lo sviluppo di ipotesi progettuali, traducendoli nell'ambito di una offerta formativa organica e sistemica.

Un doveroso cenno, infine, alla grande partecipazione e disponibilità di tutti gli attori che abbiamo incontrato che evidenzia la presenza di un tessuto culturale permeabile all'innovazione e al cambiamento.

La presenza di questa motivazione intrinseca appare di buon auspicio per l'implementazione e il successo di nuove strategie e politiche del turismo.

ALLEGATO 1

Questionario di analisi dei bisogni formativi nel comparto turistico in Provincia di Ferrara

Le chiediamo gentilmente di rispondere alle domande di seguito proposte nell'ambito di una ricerca sul turismo nella Provincia di Ferrara promossa da E.B.U.R.T. (Ente Bilaterale Unitario Regionale Turismo Emilia Romagna) con l'obiettivo di comprenderne le caratteristiche salienti e identificare alcuni bisogni di natura formativa.

Il suo contributo è molto importante per questa ricerca e la compilazione richiede solo pochi minuti.

Sesso:

- M
- F

Età:

- Fino a 20
- Da 20 a 30
- Da 30 a 40
- Da 40 a 50
- Oltre 50

Ambito di impiego:

- Hotel
- Ristoranti
- Campeggi
- Altre forme di ospitalità (B&B, agriturismi ecc)
- Altro _____

Tipologia di lavoro svolto:

Da quanto tempo lavora in questo settore?

- Meno di 1 anno
- Da 1 a 5 anni
- Da 5 a 10 anni
- Da 10 a 15 anni
- Oltre 15 anni

Titolo di studio:

- Diploma Scuola media inferiore
- Qualifica professionale (specificare)

- Diploma Scuola media superiore (specificare)

- Laurea (specificare)

- Master/specializzazioni post lauream (specificare)

Ha svolto percorsi di formazione professionale?

- SI
- NO

Se sì, quali?

Qual è secondo lei il modo migliore per “imparare” la sua professione? (*massimo due risposte*)

- Avere un buon “maestro”
- Tramite scuola/percorsi di istruzione
- Attraverso percorsi di formazione e accompagnamento
- Si impara da soli con la buona volontà
- Altro _____

Sente il bisogno di intraprendere percorsi che le permettano di ampliare le sue conoscenze/competenze?

- SÌ
- NO

Se sì in quale ambito? (*massimo due risposte*)

- Linguistica (specificare lingua)

- Informatica di base (Esempio Office)
- Pacchetti informatici specifici
- Modalità di relazione e di accoglienza
- Sviluppo di competenze di natura manageriale
- Conoscenza del territorio/marketing turistico
- Percorsi legati alla mia professione (specificare)

Come valuta l’offerta di formazione pubblica e privata nel suo settore?

- Nulla
- Scarsa
- Discreta
- Buona
- Ottima

Per quanto riguarda il suo settore in generale ci sono criticità legate alla mancanza di conoscenze/competenze e professionalità?

- SÌ
- NO

Se sì, di che tipo?

- Poca conoscenza del lavoro
 - Difficoltà linguistiche
 - Difficoltà relazionali
 - Scarsa professionalità
 - Basse competenze manageriali/imprenditoriali
 - Altro (specificare)
-

Ritiene che nel suo ambito di attività venga premiata la professionalità in termini di opportunità di lavoro e sviluppo professionale?

- Per nulla
- Poco
- Abbastanza
- Molto
- Moltissimo

Ha qualche suggerimento da darci rispetto allo sviluppo di attività di informazione e formazione?

LE CHIEDIAMO DI INVIARCI IL QUESTIONARIO USANDO LA BUSTA PREAFFRANCATA.

GRAZIE PER LA COLLABORAZIONE!

ALLEGATO 2

Schema di struttura dell'intervista in profondità

Tipologia di impresa	
Recapiti telefonici	
Contact person	
Struttura proprietà	
Quando è nato e quale evoluzione ha avuto	
Tipologia di clienti e stagionalità	
Dipendenti/addetti	
Tipologia di qualifica e professionalità	
Come sono stati trovati e provenienza	
Presenza di ricerca personale on line ripartito per competenze	

Presenza di percorsi interni/esterni di specializzazione	
Bisogni di personale nei prossimi 3/5 anni	
Evoluzione prevista nei prossimi anni	

Finito di stampare nel mese di marzo 2010
dalla Tipolitografia CSR - Via di Pietralata, 157 - 00158 Roma
Tel. 064182113 (r.a.) - Fax 064506671

