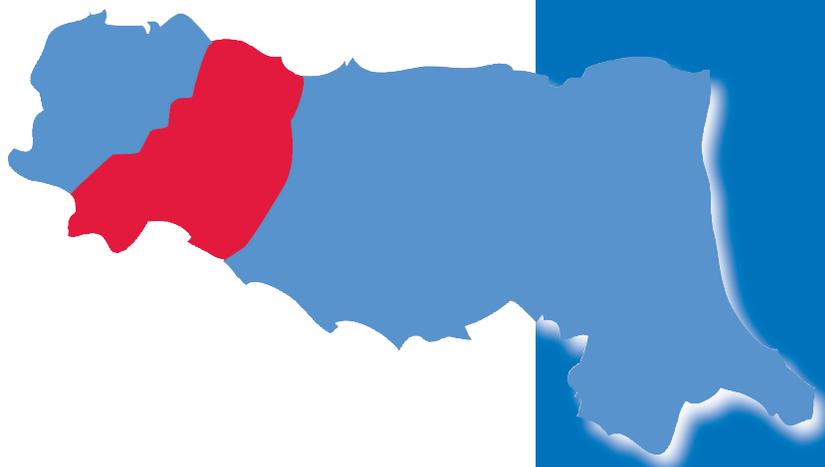


A cura di



Aggiornamento all'indagine  
sugli andamenti  
del comparto turistico  
della provincia di  
**PARMA**

---



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.

AGGIORNAMENTO  
ALL'INDAGINE SUGLI  
ANDAMENTI DEL COMPARTO  
TURISTICO DELLA PROVINCIA  
DI PARMA



## RINGRAZIAMENTI

*Un ringraziamento alla preziosa collaborazione ricevuta dal Dott. Guido Caselli, Direttore dell'Area Studi e Ricerche di Unioncamere Emilia-Romagna.*

*Un particolare riconoscimento all'Amministrazione Provinciale di Parma nelle persone del Dott. Gabriele Marzano, Dirigente del Servizio Formazione Professionale e Politiche Attive del Lavoro, della Dott.ssa Monica Pellinghelli, Responsabile dell'Osservatorio sul Mercato del Lavoro e del Dott. Andrea Gaiani, Responsabile dell'Ufficio Statistico.*

*Una sentito grazie anche al **C.S.T. Centro Servizi Territoriale della Provincia di Parma** 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*
- *Milva Moretta UIL PARMA - UILTUCS*
- *Valter Russo UIL PARMA - UILTUCS*

---

## FONTI

---

- *Provincia di Parma: Osservatorio Mercato del Lavoro dei Centri per l'Impiego*
- *Provincia di Parma: Servizio Formazione Professionale e Politiche del Lavoro*
- *Provincia di Parma: Ufficio Turismo e Ufficio Statistico*
- *Ufficio Studi della Camera di Commercio di Parma*
- *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

---

*Luca Minguzzi, Lucia Ricci, Francesca Liverani, Davide Stefanelli e Leonora Battistini*



---

## INDICE

---

<b>OBIETTIVI E METODOLOGIE .....</b>	<b>13</b>
<b>CAPITOLO 1 .....</b>	<b>17</b>
<b>CARATTERISTICHE E TENDENZE DEL COMPARTO TURISTICO NELLA PROVINCIA DI PARMA .....</b>	<b>17</b>
1.1. <i>Caratteristiche territorio e ambiti caratterizzanti il comparto.....</i>	17
1.2. <i>Analisi dei flussi.....</i>	25
1.3. <i>Flussi per tipologie di aree della Provincia.....</i>	30
1.4. <i>Struttura ricettiva.....</i>	34
1.5. <i>Stagionalità.....</i>	37
1.6. <i>Il trend in sintesi.....</i>	39
<b>CAPITOLO 2 .....</b>	<b>41</b>
<b>IL SISTEMA IMPRENDITORIALE .....</b>	<b>41</b>
2.1. <i>Quadro economico di sintesi Provincia di Parma.....</i>	41
2.2. <i>L'analisi di bilancio delle aziende della provincia di Parma del settore alloggio e attività di servizio di ristorazione.....</i>	49
2.3. <i>Il trend in sintesi.....</i>	61
<b>IL MERCATO DEL LAVORO NEL SETTORE TURISMO.....</b>	<b>63</b>
3.1. <i>Analisi avviamenti e cessazioni .....</i>	65
3.2. <i>Analisi domanda per genere.....</i>	69
3.3. <i>Analisi domanda per tipologia di contratto.....</i>	71
3.4. <i>Analisi domanda di lavoratori immigrati .....</i>	73
3.5. <i>Analisi relative alle professioni .....</i>	75

<b>3.6. Analisi di trend.....</b>	<b>78</b>
<b>CAPITOLO 4 .....</b>	<b>81</b>
<b>POLITICHE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO E PERCORSI FORMATIVI.....</b>	<b>81</b>
4.1. <i>Politiche e strategie per lo sviluppo turistico .....</i>	<i>81</i>
4.2. <i>Analisi della formazione erogata.....</i>	<i>91</i>
<b>CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE.....</b>	<b>99</b>
<b>ALLEGATO 1 DATI INPS .....</b>	<b>105</b>

# PREMESSA

Il presente report rappresenta un proseguimento ed un aggiornamento di uno studio già avviato a partire dal 2004 attraverso una prima indagine sulle evoluzioni e gli scenari delle politiche attive del lavoro nel comparto del turismo di Parma e provincia.

Tale studio partiva da una riflessione sul posizionamento di Parma rispetto a due differenti modalità “idealtipiche” di lettura di un territorio in un contesto di globalizzazione: una prima modalità basata su strategie volte ad agganciare flussi di domanda internazionale posizionando il territorio all’interno di circuiti di visibilità e di “fruizione” internazionali e una seconda modalità, di polo opposto, centrata invece sulla crescita di competenze e capacità progettuali all’interno del territorio.

La riflessione iniziata nel 2004 era dunque quella di come porsi di fronte al possibile dilemma fra il privilegiare un modello di crescita a prevalente accumulazione “esterna” o un modello di crescita a prevalente “accumulazione interna”, tenendo ben presente il carattere idealtipico, e quindi di semplificazione, della realtà insito in ogni modello.

Già cinque anni fa il solco di una forte omologazione internazionale era tracciato, sia con il riconoscimento di Parma come capitale della gastronomia e dell'*authority* alimentare europea, sia con la crescente affermazione di Parma come una delle tappe importanti ed obbligate di ogni Orchestra sinfonica internazionale in visita in Europa.

La sfida diventava allora quella di sostenere questa posizione competitiva attraverso una comprensione dei bisogni che si sarebbero sempre più generati sul territorio e sul sistema socio-economico chiamato ad accompagnare e dare riposte di "bottom up" al nuovo ruolo di Parma internazionale.

A cinque anni di distanza si può affermare che Parma è riuscita ad accentuare la sua dimensione internazionale ed il costante trend ascendente di flussi turistici stranieri, il che ha consentito di calmierare l'emorragia di presenze italiane degli ultimi anni.

Tuttavia, rispetto a cinque anni fa, il contesto globale di riferimento è radicalmente cambiato: la situazione economica nazionale ed internazionale sta infatti segnando una fase di profonda recessione, i cui effetti negativi si protrarranno per tutto il 2009. Ciò impatterà quasi inevitabilmente sui flussi stranieri, che già nel secondo semestre del 2008 hanno visto una forte contrazione.

Se buone notizie vengono dal turismo in Emilia-Romagna, in grado di resistere abbastanza bene nel 2008 con riduzioni minime in termini di arrivi e presenze e dal comparto termale, unico comparto a livello regionale in controtendenza e in crescita, la situazione resta di estrema allerta.

Il 2008 ha comunque premiato il “Modello Parma”, con una buona performance globale caratterizzata da una tenuta dei comparti core (Città d’arte e Termale) e da una flessione dell’Appennino che comunque rappresenta una quota marginale del turismo a Parma. Tuttavia il dato medio complessivo, comunque positivo, presenta un fattore critico legato alla forte contrazione del secondo semestre 2008, che ha vanificato l’ottima performance registrata nel primo semestre. Ciò in proiezione futura lascia presagire la possibilità di una contrazione nei prossimi anni, in particolare per quanto riguarda il 2009 che, con ogni probabilità, mostrerà un peggioramento sensibile dei dati occupazionali.

Al di là del contesto recessivo, una possibile chiave di lettura generale del turismo a Parma potrebbe essere quella di una ricerca, non ancora completata, di un ottimale punto di equilibrio fra riconoscimento internazionale e capacità di creare sviluppo endogeno, di mettere a sistema tutte le risorse per creare circoli

sempre più virtuosi nella dinamica inside-outside.

Rispetto a ciò, il contributo che può fornire questo lavoro è quello di cercare di mettere in relazione fra loro i dati relativi ad alcuni ambiti di indagine, per identificare elementi di omogeneità e di eterogeneità, che possano fornire spunti interpretativi o far presagire possibili ambiti di fabbisogno formativo da approfondire attraverso modalità di indagine più qualitative e microsettoriali.

# OBIETTIVI E METODOLOGIE

La finalità principale di questa ricerca è quella di fornire alcuni spunti interpretativi e di riflessione, nonché identificare alcuni possibili macro-bisogni fornendo un quadro di insieme del comparto turistico di Parma, 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 dei settori con un confronto delle performances ottenute negli ultimi anni ;
3. Analisi delle dinamiche del mercato del lavoro e dei processi evolutivi in essere;
4. Analisi dei percorsi formativi approvati di formazione iniziale e continua ;
5. Ricognizione relativa agli indirizzi politico-programmatici.

A livello di obiettivi specifici, questa ricerca intende altresì aggiornare i dati relativi all'analisi dei fabbisogni formativi, le

professioni turistiche svolte nel 2004 e identificare alcuni dati salienti sul sistema delle imprese del comparto turismo, cercando di comprendere il trend evolutivo e i possibili impatti in termini di fabbisogni formativi.

A livello metodologico sono state adottate modalità di tipo quantitativo e tecniche di analisi dei dati raccolti sia attraverso informazioni pubblicate in rete, sia attraverso la diretta collaborazione dei vari osservatori statistici presenti all'interno delle Pubbliche Amministrazioni provinciali e regionali (Unioncamere regionali e provinciali, O.M.D.L. regionali e provinciali, C.P.I, ISTAT, INPS). Dalla lettura complessiva del documento si noterà che i dati, provenienti da fonti diverse, talvolta non sono allineati fra loro.

Questo fa sì che siano presenti alcune (lievi) differenze numeriche in particolare fra il capitolo 1 e il capitolo 2.

Per ovviare a questo problema la Provincia di Parma partecipa ad un progetto sperimentale di informatizzazione dei dati turistici che dovrebbe consentire, oltre ad una maggiore tempestività di raccolta dei dati, anche un miglioramento della loro qualità (*il Servizio Turismo e l'Ufficio di Statistica della Provincia di Parma, dal 2009, intendono diffondere presso gli alberghi e le altre strutture turistiche un*

*sistema di rilevazione degli arrivi e delle presenze via web. Questo sistema permette alla struttura turistica, mentre registra i dati del cliente al momento del check-in, di generare i flussi informativi che soddisfano sia le esigenze informative della Questura, che quelle dell'ISTAT che della - Regione Emilia-Romagna.).*

Per quanto riguarda, infine, i dati forniti dall'INPS, gli ultimi aggiornamenti elaborati e accessibili, basati su serie storiche quinquennali, sono disponibili fino al 2005 e forniscono quindi informazioni poco utilizzabili in un contesto recessivo come quello in essere.

Il dato relativo ai lavoratori parasubordinati e' invece aggiornato al 2007 ed è una fonte già utilizzata dai Centri per l'Impiego provinciali nell'elaborazione dei loro dati consuntivi di periodo.

A titolo conoscitivo/informativo è stato comunque predisposto un allegato contenente i dati più significativi estrapolati dalla banca dati INPS (cfr. Allegato 1).



# CAPITOLO 1

## CARATTERISTICHE E TENDENZE DEL COMPARTO TURISTICO NELLA PROVINCIA DI PARMA

---

### 1.1. CARATTERISTICHE TERRITORIO E AMBITI CARATTERIZZANTI IL COMPARTO

---

Molteplici sono gli spunti culturali offerti dal Sistema Turistico di Parma: da Verdi, che da solo costituisce il landmark culturale della provincia con un grosso potenziale in Italia e all'estero, a Guareschi, con il suo Mondo Piccolo che trasmette i valori del "vivere bene" della provincia italiana. In evidenza quindi la notorietà internazionale dei suoi personaggi che nulla toglie all'enogastronomia, con marchi noti in tutto il mondo e alle splendide rocche e castelli.

Città d'arte, Terme salute e benessere, Appennino e verde, sono i 3 comparti che caratterizzano l'offerta turistica della Provincia di Parma e ne valorizzano gli aspetti storico-architettonici, artistico-culturali e naturali.

Per quanto riguarda il comparto turistico legato alle **Città d'arte**, si

spazia su temi molto diversi che vanno dalla cultura al "leisure", dagli affari al fieristico (di cui va sottolineata l'importante ricaduta turistica), dallo sportivo all'enogastronomico.

Il comparto **termale** riveste da sempre una notevole importanza per l'economia turistica della provincia di Parma, sebbene negli ultimi anni faticosi ad agganciare una generale *crescita della domanda legata all'esigenza del "vivere meglio", che non ha portato al risanamento del comparto, il quale presenta ancora problemi di vendibilità del prodotto.*

Il comparto **Appennino e Verde**, sebbene percentualmente marginale, comprende non solo l'offerta turistica legata all'area appenninica in senso stretto, ma anche le proposte relative alle aree di interesse naturalistico-ambientale, all'enogastronomia e alle tradizioni locali. Emergono inoltre nel comparto nuove offerte legate alle risorse turistiche che si addensano attorno all'asta del Po: cicloturismo, navigazione fluviale, enogastronomia.

Il comparto si è recentemente caratterizzato con una offerta ricettiva di "ospitalità diffusa" composta da strutture generalmente qualificate ma con limitati posti letto (b&b, agriturismo, ostelli).

E' infine importante sottolineare l'importanza legata al **turismo congressuale e d'affari**, poiché consente la destagionalizzazione dei flussi e si rivolge ad un target di spesa medio-alto.

Un impulso sempre maggiore dovrebbe provenire dalla presenza dell'Authority Alimentare a Parma, sebbene esistano ancora pochi

dati disponibili a riguardo.

Sul piano più strettamente legato al territorio, si riporta una breve descrizione del “patrimonio” turistico-culturale di Parma (per una descrizione più approfondita il riferimento è il sito [www.turismoparma.it](http://www.turismoparma.it) , recentemente arricchito di una sezione completa relativa ai luoghi da visitare).

### **Parma città**

In primis **Piazza Duomo**, dove si può ammirare il **Battistero** (a testimonianza del passaggio dal romanico al gotico, costruito in marmo rosa di Verona su pianta ottagonale); il **Duomo**, costruito tra i secoli XI - XII, all'interno è ricco di capolavori come la cupola affrescata da Correggio (Antonio Allegri) e opere scultoree di Benedetto Anelami. A poche decine di metri si trova il **Palazzo della Pilotta**, che ospita la **Biblioteca Palatina**, il **Museo Archeologico Nazionale**, il **Teatro Farnese** (tra i teatri storici più belli del mondo), il **Museo Bodoniano**, la **Galleria Nazionale** (una delle pinacoteche italiane più importanti) e poco distante il **Teatro Regio** (a testimonianza dell'unione tra Parma e la musica lirica). Per gli amanti della natura Parma offre la possibilità di visitare il **Parco Ducale** stupendo esempio di giardino “alla francese” dove si possono ammirare le opere scultoree di Jean Baptiste Boudard e il Palazzo Ducale.

## Rocche e castelli

Nella fascia appenninica sorgono la **Fortezza di Bardi** (seconda in Europa per dimensioni), all'interno della quale si trova la suggestiva piazza d'arme e numerosi saloni affrescati; il **Castello di Compiano** (costruito nell'anno Mille) che domina l'intera Val Taro; il **Castello di Corniglio**. Nella fascia collinare si trova il **Castello di Felino**, costruito nel IX secolo e ampliato in seguito; il **Castello di Montechiarugolo**, struttura del XII secolo e testimone di cento battaglie; la **Rocca di Sala Baganza**, residenza dei conti Sanvitale, conserva alle sue pareti affreschi cinquecenteschi; il **Castello di Torrechiara**, edificato nel XV secolo da Pier Maria Rossi, custodisce al suo interno la "Camera d'oro" con affreschi attribuiti a Benedetto Bembo; il **Castello di VaranoMelegari**.

Nella fascia della Bassa parmense la **Reggia di Colorno** che fu residenza dei Farnese, dei Borbone e di Maria Luigia d'Austria, affacciata sullo splendido giardino alla francese; la **Rocca Sanvitale di Fontanellato**, con la sua parte più antica risalente al XIII secolo, è situata in pieno centro e conserva meravigliosi affreschi come quelli della sala di Diana e Atteone del Parmigianino; il **Castello di Roccabianca** fatto edificare da Pier Maria Rossi nel XV secolo per l'adorata Bianca Pellegrini; la **Rocca dei Rossi** di San Secondo, residenza nobile che celebra, con i suoi maestosi affreschi, la potenza del casato dei Rossi; la **Rocca Meli Lupi** di Soragna, ancora abitata dalla famiglia Meli Lupi ed è stata costruita nel 1385.

## Le terme

Il territorio provinciale offre una vasta disponibilità di acque ricche di minerali con proprietà **terapeutiche**. Fin dall'antichità, le **terme**, venivano frequentate da nomi illustri come Maria Luigia d'Austria (a cui si deve il primo vero centro termale), la Regina Margherita e Giuseppe Verdi. **Salsomaggiore** è tra le principali stazioni termali d'Italia, grazie alle proprietà terapeutiche dell'acqua salsobromiodica ad elevata mineralizzazione. **Tabiano** è famosa per i principi curativi delle sue sorgenti di acque sulfuree. **Sant'Andrea Bagni** immerso nel verde delle colline vanta la presenza di diverse sorgenti di diversa composizione chimica per molteplici impieghi terapeutici. **Monticelli** oltre a un'ampia possibilità di relax, con la sua acqua salsobromiodica ricca di sali e di bromo, offre molteplici possibilità di curative. Il Centro Termale **Il Baistrocchi**, classificato al Livello Super dal Ministero della Sanità, è una struttura qualificata in grado di offrire tutti i trattamenti termali con le acque salsobromiodiche ipertoniche del bacino idrominerale di Salsomaggiore Terme.

## La Terra di Verdi

Per gli appassionati del noto compositore c'è la possibilità di visitare la **Casa Natale** sita a Roncole e di trascorrere parte della gita a **Busseto** dove tutto parla di lui e dov'è sita **Villa Sant'Agata**, nella quale visse con l'amata Giuseppina Strepponi.

### La bassa e il Po

Zone caratterizzate dalla prevalenza di **attività agricole** che ruotano intorno alla coltivazione della terra e alla lavorazione delle carni suine. La Bassa Parmense è particolarmente conosciuta per i suoi prodotti tipici, come per esempio la “**Spalla di San Secondo**” (cotta e cruda) e il “**Culatello di Zibello**” accompagnati dalla “**Fortana del Taro**”, tutti legati dalla “**Strada del culatello di Zibello**”.

Tra i principali paesi che caratterizzano il percorso del Po nella Bassa Parmense troviamo **Colorno**, con la sua stupenda reggia (oggi, tra l'altro, sede della **Scuola Internazionale di Cucina Italiana - ALMA**); **Soragna**, con la Rocca Meli Lupi; **Fontevivo**, con l'abbazia cistercense; **San Secondo**, con il castello dei Rossi; **Fontanellato**, con il castello che custodisce gli affreschi del Parmigianino. Da non dimenticare il “**Mondo Piccolo**” di Giovannino Guareschi, creatore di **Don Camillo e Peppone**, nativo di Fontanelle e Bernardo Bertolucci che girò Novecento proprio in due caratteristiche corti, una delle quali si affaccia sulle rive dell'imponente fiume Po.

### Appennino

Offre degli splendidi paesaggi e negli ultimi anni è in via di sviluppo anche il settore turistico, grazie anche alla nascita di numerosi agriturismi e bed & breakfast

Tra le mete più suggestive troviamo i parchi e le riserve naturali: il **Parco dei Cento Laghi** che ospita il **Lago Santo** (il più ampio lago naturale dell'Appennino Emiliano-Romagnolo) e i **Lagoni**, dai quali partono innumerevoli sentieri segnalati per raggiungere il crinale e gli altri stupendi laghi appenninici; il **Centro Turistico Monte Fuso** che svolge innumerevoli attività didattiche; la **Riserva Monte Prinzerà**; l'**Oasi dei Ghirardi**; i **parchi del Taro e dello Stirone**; i **Boschi di Carrega**.

Anche l'Appennino propone prodotti tipici locali come il "**Prosciutto di Parma**", il "**Fungo porcino di Borgotaro**" e il "**Tartufo di Fragno**". Anche qui vi sono interessanti percorsi enogastronomici: la "**Strada del prosciutto e dei vini dei colli**" che si intreccia con la "**Strada del fungo porcino di Borgotaro**".

### *La Via Francigena*

Oggi percorso europeo (come anche il cammino di Santiago de Compostela) è la via che nel Medioevo portava da **Canterbury** (Inghilterra) a **Roma**; percorsa inizialmente da pellegrini, è divenuta poi un grande asse per il commercio e per lo spostamento di truppe militari fino al periodo del suo massimo splendore prima di decadere a favore di altre vie più sicure e alternative. La sezione che si snoda nella provincia di Parma è uno dei tratti più suggestivi perché porta da un ambiente fluviale al valico appenninico della

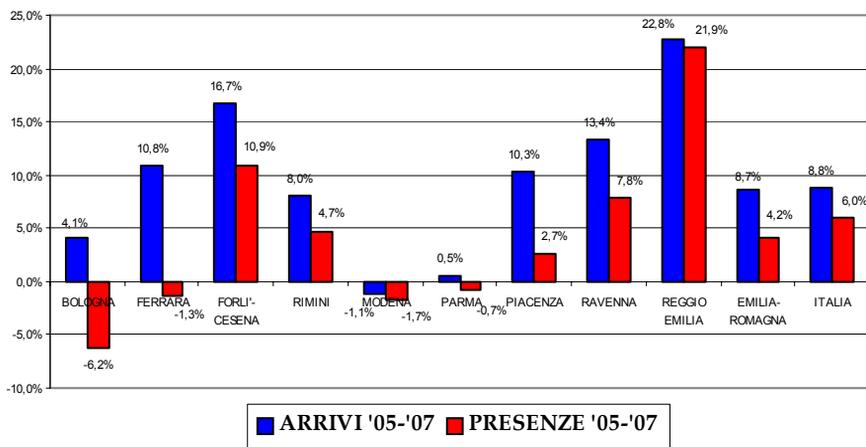
Cisa da dove si respira ormai l'aria del mare. Inoltre è un tratto ben attrezzato e strutturato, facilmente percorribile a piedi, su strade e sentieri ben segnalati, lungo i quali è possibile trovare alloggi rurali e ristorazione tipica.

## 1.2. ANALISI DEI FLUSSI

Da una prima lettura comparata, in termini di trend, notiamo come Parma, negli ultimi anni, abbia avuto un andamento piuttosto “piatto” in termini di flussi mostrando un modesto incremento di arrivi e una lieve diminuzione delle presenze, dati meno positivi sia rispetto al quadro regionale che a quello nazionale.

Grafico 1. Il grafico mostra le performance in turistiche delle Province emiliano-romagnole in termini di flussi nel periodo 2005-2007. Fonte: Amministrazioni provinciali dell'Emilia-

**Dinamica di Flussi delle Province Emiliano-romagnole anni 2005-2007**



Romagna Unioncamere. Elaborazione Artemis.

Per quanto riguarda la stagione turistica 2008, i dati (ancora parziali) mostrano una buona performance per quanto riguarda gli

arrivi dei turisti italiani (+6%) e una sostanziale tenuta delle presenze (+0,01).

La tendenza al ridimensionamento del periodo medio di soggiorno è proseguita: dai 3,15 giorni del 2007 si è scesi ai 2,97 del 2008. Nel 2000 il periodo medio di soggiorno era attestato a 3,5 giorni, nel 1995 sfiorava i 4 giorni. Se confrontiamo il flusso dei pernottamenti del 2008 - che costituiscono la base per il calcolo del reddito del settore - con quello medio dei cinque anni precedenti emerge una diminuzione dell'1,9%, che colloca il 2008 tra le annate turistiche meno intonate, ma nemmeno tra quelle più negative, soprattutto se si considera che nel 2008 c'è stata una frenata dei consumi delle famiglie dovuta alla crisi economico-finanziaria. Non altrettanto è avvenuto per gli arrivi. In questo caso il flusso del 2008 ha superato dell'8,5% quello medio del quinquennio 2003-2007.

MOVIMENTO TURISTICO PARMA 2007/2008						
Parma	Arrivi Italiani	Presenze Italiani	Arrivi Stranieri	Presenze Stranieri	Arrivi Complessivi	Presenze Complessive
2007	374612	1318447	136835	294445	511447	1612892
2008	397106	1318582	136122	296832	533228	1615414
<b>VARIAZIONE</b>	<b>6,00%</b>	<b>0,01%</b>	<b>-0,52%</b>	<b>0,81%</b>	<b>4,26%</b>	<b>0,16%</b>

La performance del 2008 non è però omogenea se analizzata su base mensile o semestrale.

L'analisi sul semestre mostra infatti un buon risultato nel primo semestre e uno decisamente meno positivo nel secondo, sintomo probabile dell'acuirsi della crisi proprio nel secondo semestre dell'anno.

Come si evince dalla tabella sotto riportata il dato complessivo del 2008 modifica profondamente il trend emerso al primo semestre portando addirittura in negativo gli arrivi stranieri.

CONFRONTO DATO 1° SEMESTRE E DATO COMPLESSIVO ANNO 2008				
Parma	Arrivi Italiani	Presenze Italiani	Arrivi Stranieri	Presenze Stranieri
I semestre 2008	+9,3%	3,70%	4,40%	3,10%
Complessivo 2008	6,00%	0,01%	-0,52%	0,81%
<b>DIFFERENZA</b>	<b>-3,30%</b>	<b>-3,69%</b>	<b>-3,88%</b>	<b>-2,29</b>

Il dato relativo al 2008 inverte peraltro un trend di lungo periodo che aveva visto negli ultimi anni una netta prevalenza dei flussi stranieri, vero elemento trainante e di tenuta del comparto turistico parmense (cfr. Grafico 2).

I grafici relativi al trend di medio periodo (2004-2008) evidenziano infatti fino al 2007 un andamento inverso fra arrivi e presenze di italiani (in calo) e di stranieri (in deciso aumento).

Il 2008 evidenzia, invece, un ritorno di flussi di italiani che hanno un ruolo determinante nel "salvare" la stagione 2008.

Ciò peraltro comporta una riflessione aggiuntiva relativa al posizionamento complessivo del comparto che, a prescindere dalla vocazione internazionale, potrebbe offrire spazi di crescita interessanti anche sul versante interno/nazionale.

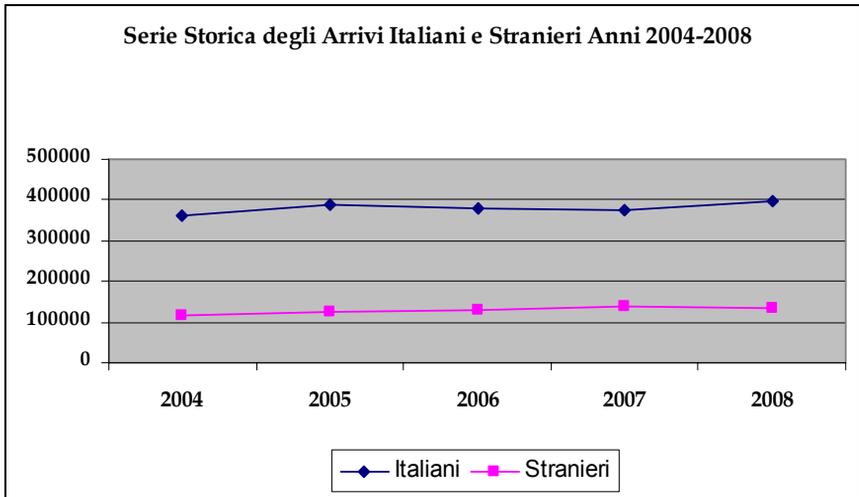


Grafico 2. Fonte: Banca Dati Turismo centro Studi Unioncamere Emilia-Romagna.

Elaborazione Artemis

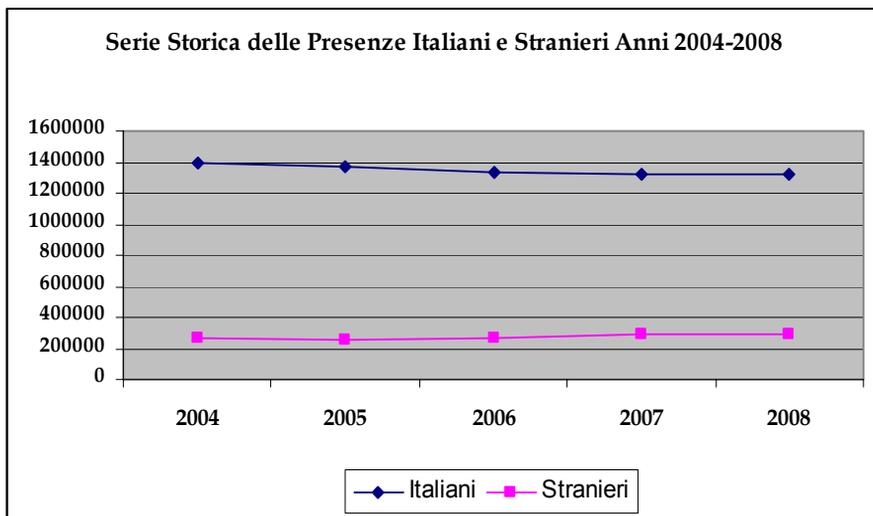


Grafico 3. Fonte: Banca Dati Turismo centro Studi Unioncamere Emilia-Romagna.

Elaborazione Artemis

### 1.3. FLUSSI PER TIPOLOGIE DI AREE DELLA PROVINCIA

Nella stagione turistica 2008 oltre il 79% delle presenze nella Provincia si sono concentrate nel capoluogo e nelle località termali (contro il 76% del 2007), sintomo di un calo delle altre aree e di una progressiva concentrazione sui due ambiti turistici principali (Terme e Parma città).

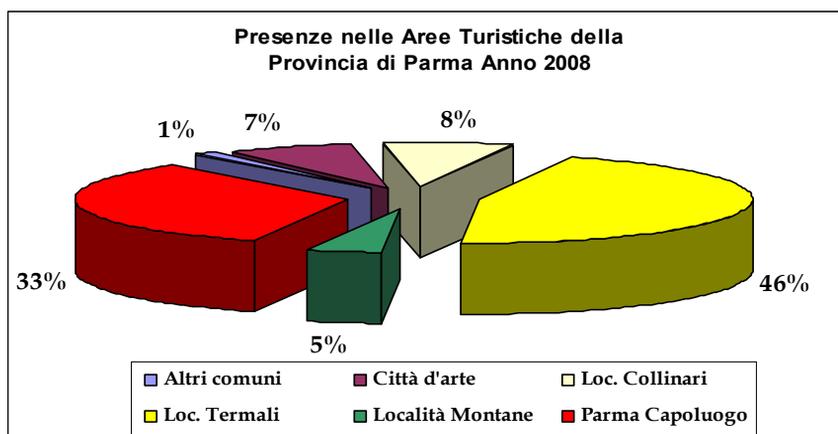


Grafico 4. Fonte: Ufficio statistico e ufficio turistico della Provincia di Parma

L'analisi delle singole performance per area turistica nell'anno 2008 conferma questo dato mostrando un deciso aumento di Parma capoluogo (+ 8,57%), trainata da eventi culturali di forte rilievo quali il "Festival Verdi Parma e le terre di Verdi" e la mostra del Correggio, e un leggero aumento del comparto termale (+1,57%) che inverte la tendenza negativa degli ultimi anni.

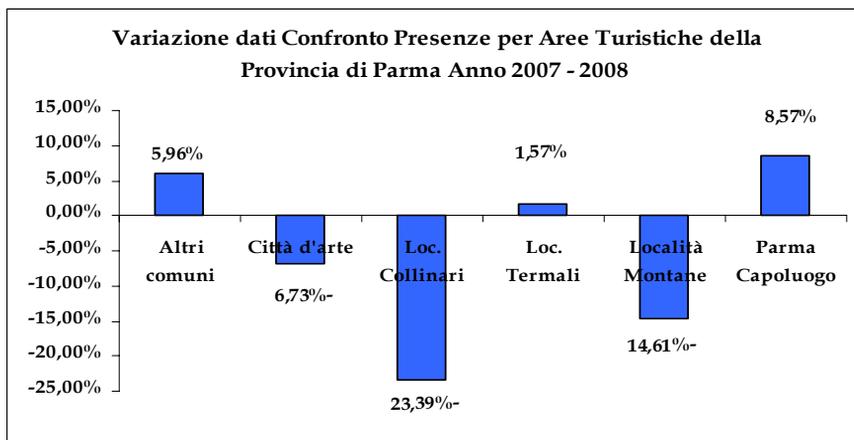


Grafico 5. Fonte: Ufficio statistico e ufficio turistico della Provincia di Parma

Rilevante è il calo relativo al comparto appenninico con -23,39% per le località collinari e -14,61% per le località montane.

Per meglio comprendere la dinamica dei flussi, in rapporto alle singole aree provinciali, può essere altresì interessante anche l'analisi delle tipologie di richieste pervenute ai Servizi di accoglienza e informazione turistica per capire in quali ambiti si sono concentrate le richieste di informazione e se sono correlate all'andamento delle presenze.

Gli aumenti più eclatanti in termini di richieste di informazione pervenute, nel confronto con il 2008, sono riferibili all'Appennino che vede un incremento di oltre il 60% e al comparto termale con un aumento di oltre il 52%, sintomo di una generale ripresa di interesse del comparto termale/benessere.

Tuttavia, mentre per il termale/benessere l'aumento di richieste ha trovato una certa corrispondenza in termini di performance del comparto (in miglioramento sull'anno precedente), lo stesso non è accaduto per l'Appennino.

Il forte aumento di richieste pervenute ai Servizi di Accoglienza e Informazione non si è infatti tradotto in una crescita della presenza turistica che, come visto precedentemente (cfr. grafico 5), ha invece registrato, nel 2008, un calo del 23,39% nelle località collinari e un calo del 14,61% nelle località montane.

<b>TIPOLOGIE RICHIESTE - TERRITORIO</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>Diff. %</b>
PARMA CITTA'	20493	24612	<b>+16,73%</b>
ROCCH E CASTELLI	16318	18355	<b>+11,09%</b>
TERME E BENESSERE	15168	31841	<b>+52,36%</b>
LUOGHI VERDIANI	4569	4331	<b>-5,49%</b>
LA BASSA E IL PO	750	974	<b>+22,99%</b>
APPENNINO	2335	5908	<b>+60,47%</b>
VIA FRANCIGENA E PIEVI	3744	4709	<b>+20,49%</b>
PARCHI	1661	1876	<b>+11,46%</b>
ENOGASTRONOMIA	2563	2771	<b>+7,50%</b>
NATURA E SPORT	1640	1417	<b>-15,73%</b>
ALTRO	6818	9188	<b>+25,79%</b>

<b>DETTAGLIO OSPITALITA'</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>Diff. %</b>
RICETTIVITA'	16509	16976	+2,75%
RISTORAZIONE	4350	5984	+27,30%

Fonte: PTPL 2010, rivisitazione grafica: Artemis

---

#### 1.4. STRUTTURA RICETTIVA

---

A livello generale di trend, prendendo a riferimento il periodo 2004/2008<sup>1</sup>, si nota una progressiva contrazione delle strutture alberghiere che passano da 285 a 251. Se si considera che a inizio 1996 se ne contavano 326 il calo è stato molto evidente e costante.

L'offerta alberghiera parmense ha avviato un processo di razionalizzazione, in linea con quanto avvenuto in regione, per venire incontro ad una clientela sempre più esigente in fatto di comfort. Il rapporto bagni/camere è emblematico di questo fenomeno. Dai 64 bagni ogni 100 camere del 1984 si è passati a circa 97 del 2008.

A fronte di una costante riduzione dell'offerta turistica, si evidenzia una fortissima crescita dell'offerta non alberghiera che comprende case in locazione, agriturismo, campeggi, rifugi, ostelli, case per ferie e bed & breakfast che in soli 4 anni **ha quasi raddoppiato la sua offerta complessiva in termini numerici.**

---

<sup>1</sup> I dati non corrispondono a quelli rilevati attraverso fonti ISTAT

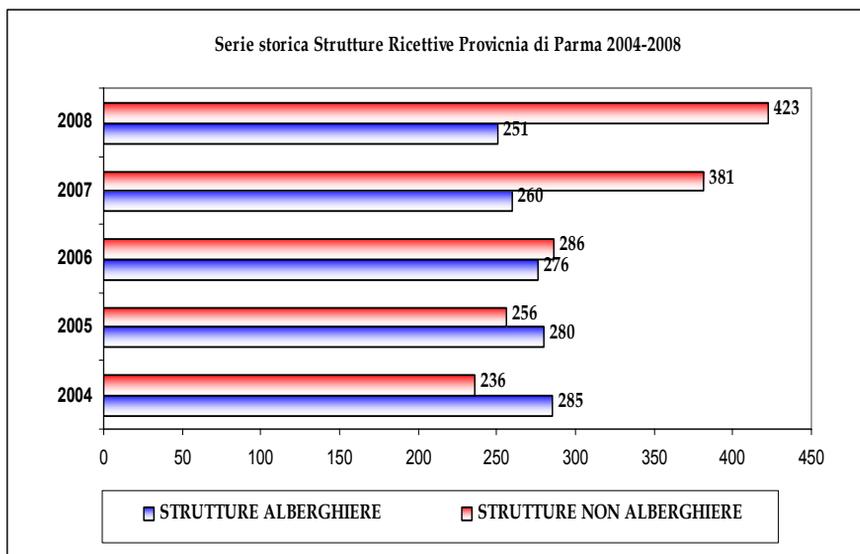


Grafico 6: Fonte: Ufficio statistico e ufficio turistico della Provincia di Parma. Elaborazione Artemis.

Per quanto riguarda il settore alberghiero, ad una progressiva contrazione del numero di esercizi non si associa, fino al 2006, una diminuzione proporzionale di camere letti e bagni, ciò potrebbe significare che fino al 2006 il calo della consistenza non è andata a discapito del calo dell'offerta (quindi meno alberghi ma più capienti). Dal 2006 invece consistenza e offerta sembrano essere correlate in modo direttamente proporzionale, a dimostrare un progressivo adeguamento della struttura ricettiva nel suo complesso alla diminuzione delle presenze.

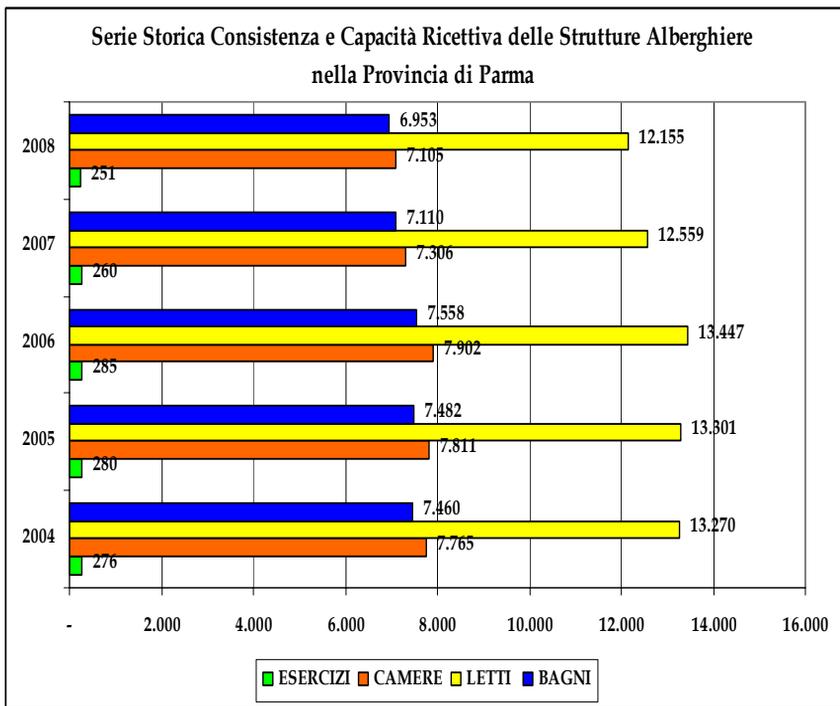


Grafico 7. Fonte: Ufficio statistico e ufficio turistico della Provincia di Parma. Elaborazione Artemis

---

## 1.5. STAGIONALITÀ

---

Per quanto concerne la stagionalità, il turismo a Parma, data la mancanza di turismo balneare, è caratterizzato da una buona distribuzione su tutti i periodi dell'anno.

Infatti, mentre in regione si assiste ad un picco di arrivi e presenze tra i mesi estivi (da giugno ad agosto), il turismo di Parma mostra un andamento più costante e, visivamente, si presenta come una distribuzione bimodale: siamo infatti in presenza di due picchi in maggio e in settembre-ottobre che caratterizzano i periodi di alta stagione del turismo termale e (probabilmente) segnano un maggior afflusso di turisti a Parma e nelle città d'arte.

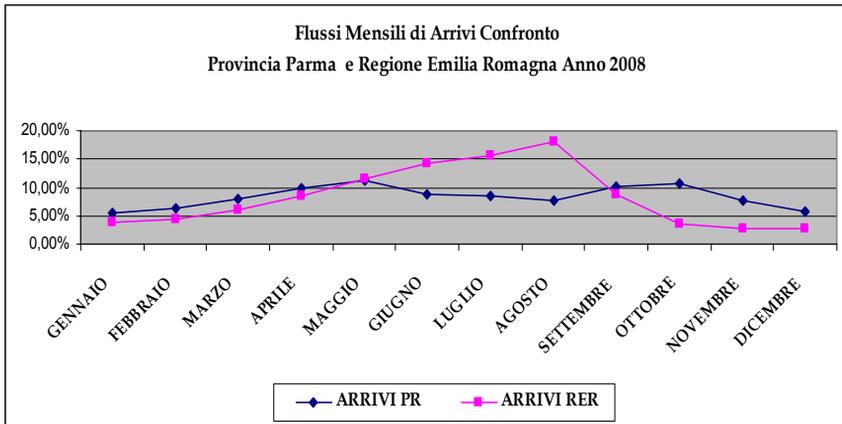


Grafico 8. Confronto flussi mensili di arrivi fra Parma Provincia e Regione Emilia-Romagna. I dati sono espressi in valori percentuali. Fonte: Unioncamere. Elaborazione Artemis

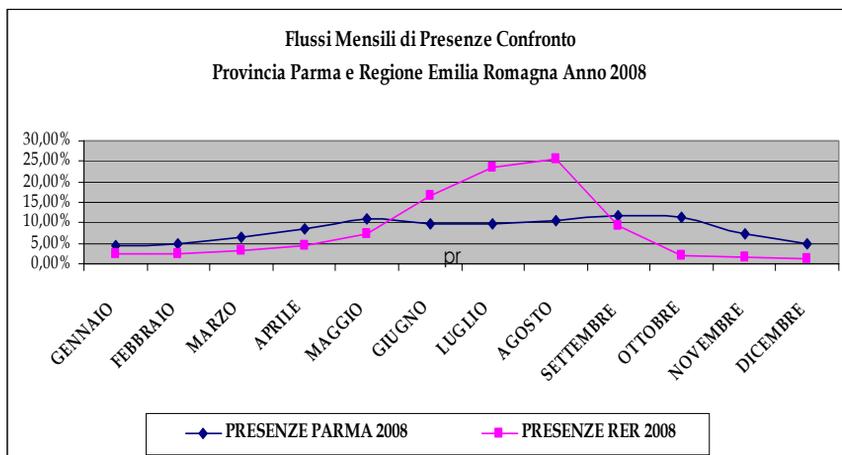


Grafico 9. Confronto flussi mensili di Presenze fra Parma Provincia e Regione Emilia-Romagna. I dati sono espressi in valori percentuali. Fonte: Unioncamere. Elaborazione Artemis

---

## 1.6. IL TREND IN SINTESI

---

<b>INDICATORI DI TREND DISCENDENTI</b>	<b>INDICATORI DI TREND ASCENDENTI</b>
<p>Offerta alberghiera in fase calante sia come consistenza che come offerta.</p> <p>Andamento flussi complessivi nel triennio molto piatti.</p> <p>Forte calo di presenze nei settori emergenti (colline, montagne).</p> <p>Dato relativo al secondo semestre negativo.</p> <p>Previsione di contrazione flussi per il 2009.</p>	<p>Forte crescita offerta ricettiva extralberghiera.</p> <p>Comparto termale in leggera crescita e in controtendenza per la prima volta negli ultimi 4 anni.</p> <p>Buona destagionalizzazione e distribuzione dei flussi.</p> <p>Tenuta dei comparti core (Parma città, termale).</p>



# CAPITOLO 2

## IL SISTEMA IMPRENDITORIALE

---

### 2.1. QUADRO ECONOMICO DI SINTESI PROVINCIA DI PARMA

---

Al 31/12/2007 le imprese complessivamente registrate presso l'Anagrafe della Camera di Commercio di Parma risultano essere 48.314, di cui 43.014 attive. In un anno le imprese parmensi sono aumentate di 412 unità.

Tra gennaio e dicembre 2007 sono nate 3.696 imprese, per un tasso di natalità del 7,7%, a fronte di 3.314 imprese cessate, per un tasso di mortalità del 6,9%. Il flusso iscrizioni/cessazioni ha dunque originato un saldo positivo di 412 unità, determinando un tasso di crescita imprenditoriale dello 0,8%, superiore ai tassi di crescita della regione Emilia Romagna (0,1%) e dell'Italia (0,0%).

---

	Imprese registrate	Popolazione residente	Abitanti per impresa	Imprese ogni 100 abitanti
<b>PARMA</b>	48.314	425.690	8,8	11,3
<b>EMILIA ROMAGNA</b>	479.642	4.276.013	8,9	11,2
<b>ITALIA</b>	6.123.272	59.619.290	9,7	10,3

---

Fonte: Elaborazione Artemis su dati Ufficio Studi CCIAA di Parma e Infocamere (Stockview)

Scendendo nel dettaglio dei settori, il commercio si conferma il comparto di maggior rilievo, con il 21,1% delle imprese registrate, seguito dal settore delle costruzioni (18,7% del totale imprese). Dal punto di vista della numerosità imprenditoriale, continua a rivestire un ruolo importante l'agricoltura (15,2%); seguono le attività manifatturiere e il comparto servizi alle imprese che rappresentano rispettivamente il 14,8% e il 11,8% del totale imprese provinciali. In termini di variazioni rispetto all'anno precedente spiccano il +3,8% messo a segno dal settore servizi alle imprese, il +2,6% dell'agricoltura ed il +2,2% delle costruzioni. Tengono le attività manifatturiere (+0,2%), in leggero calo, invece, le attività commerciali (-0,3%) mentre si registra una flessione per i trasporti (-2,9%).

	NUMERO IMPRESE	%	Var 2006/07
AGRICOLTURA	7.360	15,4%	2,6%
INDUSTRIA E COSTRUZIONI	16.260	34,1%	1,3%
ALTRE ATTIVITA'	24.029	50,4%	0,1%
TOTALE	47.649	100,0%	0,9%

Fonte: Elaborazione Artemis su dati Ufficio Studi CCIAA di Parma e Infocamere (Stockview)

L'esame della natura giuridica delle imprese evidenzia come il tessuto imprenditoriale della provincia sia caratterizzato, ancora nell'anno 2007, da una rilevante presenza di ditte individuali

(55,1% del totale). Seguono le società di capitale (21,6%), le società di persone (20,7%) e le altre forme giuridiche (2,5%).

Continua l'incremento delle società di capitale, cresciute del 3,5% rispetto a dicembre 2006. In leggera crescita anche le imprese individuali (+0,6%). Per le società di persone è stato invece registrato un leggero decremento pari allo 0,7%. Nelle "altre forme" (è compresa la cooperazione) si registra una diminuzione pari al 2,1%.

NUMEROSITÀ IMPRENDITORIALE IN PROVINCIA DI PARMA NEL 2007					
Settori		Imprese registrate	Imprese iscritte	Imprese cessate	Saldo iscritte-cessate
		Valori assoluti			
A	Agricoltura, caccia e silvicoltura	7.352	551	393	158
B	Pesca	8	0	0	0
C	Estraz. minerali	45	0	3	-3
D	Attività manifatturiere	7.158	334	436	-102
E	Prod. e distrib. energ., acqua, gas	30	2	4	-2
F	Costruzioni	9.027	756	692	64
G	Comm. Ingr. e dett.	10.204	572	754	-182
H	Alberghi e ristoranti	2.272	124	188	-64
I	Trasporti, magazz. e comunicaz.	1.480	58	121	-63
J	Intermed. monetaria e finanz.	983	69	78	-9
K	Att. Imm., nol., informat., ricerca	5.681	344	346	-2
L	Pubblica amministrazione	0	0	0	0
M	Istruzione	119	7	4	3
N	Sanità e altri serv. sociali	210	1	7	-6
O	Altri serv. pubblici, soc. e pers.	1.833	92	129	-37
P	Serv. dom. presso fam. e conv.	0	0	0	0
NC	Imprese non classificate	1.912	786	159	627
<b>Totale</b>		<b>48.314</b>	<b>3.696</b>	<b>3.314</b>	<b>382</b>

Fonte: Ufficio Studi CCIAA di Parma

La nostra attenzione è in modo particolare rivolta alle imprese registrate nella sezione H, ossia Alberghi ristoranti, nonché a

imprese di servizi legate al turismo (come ad esempio le agenzie di viaggio, tour operator, centri benessere, etc.) che però sono spesso classificate nei codici dei servizi.

Nell'insieme del totale delle imprese registrate, quelle classificate nel settore H rappresentano il 4,7%. Dall'andamento delle aziende iscritte invece si nota una flessione di 64 imprese iscritte nel settore Alberghi e Ristoranti (pari al 2,8% delle imprese del settore H) che non rappresentano un numero significativo, ma in generale la diminuzione del numero di imprese iscritte ci segnala una certa difficoltà delle imprese a "stare sul mercato".

Settori	Imprese registrate	Imprese iscritte	Imprese cessate	Variazione % registrate 2006/2007	
<b>Valori percentuali</b>					
A	Agricoltura, caccia e silvicoltura	15,2	14,9	11,9	2,6
B	Pesca	0,0	0,0	0,0	0,0
C	Estraz. minerali	0,1	0,0	0,1	-4,3
D	Attività manifatturiere	14,8	9,0	13,2	0,2
E	Prod. e distrib. energ., acqua, gas	0,1	0,1	0,1	0,0
F	Costruzioni	18,7	20,5	20,9	2,2
G	Comm. Ingr. e dett.	21,1	15,5	22,8	-0,3
H	Alberghi e ristoranti	4,7	3,4	5,7	1,0
I	Trasporti, magaz. e comunicaz.	3,1	1,6	3,7	-2,9
J	Intermed. monetaria e finanz.	2,0	1,9	2,4	0,4
K	Att. Imm., nol., informat., ricerca	11,8	9,3	10,4	3,8
L	Pubblica amministrazione	0,0	0,0	0,0	0,0
M	Istruzione	0,2	0,2	0,1	3,5
N	Sanità e altri serv. sociali	0,4	0,0	0,2	4,5
O	Altri serv. pubblici, soc. e pers.	3,8	2,5	3,9	-0,2
P	Serv. dom. presso fam. e conv.	0,0	0,0	0,0	0,0
NC	Imprese non classificate	4,0	21,3	4,8	-7,4
<b>Totale</b>		<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>0,9</b>

Fonte: Ufficio Studi CCIAA di Parma

Analizzando i dati nello specifico del comparto Alberghi si nota

come il numero sia in flessione e che tale flessione sia dovuta esclusivamente agli alberghi a 1 e 2 stelle. Gli alberghi a cinque e tre stelle sono rimasti invariati, e lo stesso è avvenuto per le residenze turistico-alberghiere. A crescere è stata la sola tipologia a quattro stelle, passata dai 30 esercizi del 2006 ai 32 del 2007. La riduzione della consistenza degli esercizi ha leggermente intaccato la consistenza delle giornate letto disponibili, apparse in calo dello 0,7 per cento rispetto al 2006.

In altre parole nella provincia si stanno affermando sempre di più le strutture alberghiere di lusso, mentre le altre tipologie stanno soffrendo. Questa tendenza può essere ricondotta ad un turismo sempre più legato al business e al lusso e meno al turismo di massa e/o al turismo giovanile.

PARMA - CONSISTENZA ESERCIZI ALBERGHIERI PER CATEGORIA (ANNO 2007)					
Categoria	Esercizi	Var. numerica esercizi 2007/2006	Letti	Var. numerica letti 2007/2006	
5 stelle	2	0	392	0	
4 stelle	32	2	3.923	279	
3 stelle	121	0	5.883	-75	
2 stelle	68	-5	1.857	-107	
1 stella	36	-3	723	-197	
Residenze turistico alberghiere	11	0	392	0	
<b>Totale</b>	<b>270</b>	<b>-6</b>	<b>13.170</b>	<b>-100</b>	

Fonte: Ufficio Studi CCIAA di Parma

L'offerta turistica è ancora prevalentemente incentrata sulle strutture alberghiere (che mettono a disposizione 13.170 posti letto

contro i 6.713 posti messi a disposizione dagli esercizi complementari).

L'offerta extra-alberghiera, in forte crescita (vedi cap. 1), vede prevalere, in termini di posti letto, i campeggi (3.075 posti letto; 45% del totale extralberghiero) e le altre strutture ricettive (1.916 posti; 28%), per lo più costituite da ostelli e rifugi montani, comprendenti i bed & breakfast. Il resto dei posti letto è ripartito tra affittacamere (1.044 posti), e alloggi agrituristici (678).

PARMA - CONSISTENZA ESERCIZI COMPLEMENTARI PER CIRCOSCRIZIONE TURISTICA (ANNO 2007)						
Circoscrizione turistica	Affittacamere	Campeggi	Alloggi agrituristici	Altre strutture ricettive	Totale esercizi complementari	Var. numerica totale esercizi 2007/2006
Parma	29	0	3	38	70	13
Città d'arte	9	0	6	18	33	1
Località collinari	6	0	12	29	47	8
Località montane	18	7	35	48	108	12
Località termali	26	1	9	80	116	-19
Altri comuni	3	0	0	7	10	2
<b>Totale</b>	<b>91</b>	<b>8</b>	<b>65</b>	<b>220</b>	<b>384</b>	<b>17</b>

Fonte: Ufficio Studi CCIAA di Parma

Dall'analisi della consistenza turistica degli esercizi alberghieri per circoscrizione turistica si evidenzia come la maggior parte degli esercizi, nella loro capacità di offerta in termini di posti letto, sia rappresentata dalle località termali.

PARMA - CONSISTENZA ESERCIZI ALBERGHIERI PER CIRCOSCRIZIONE TURISTICA (ANNO 2007)			
Circoscrizione turistica	Esercizi	Camere	Letti
Parma	33	1.417	2.687
Città d'arte	24	498	861
Località collinari	23	564	1.120
Località montane	53	659	1.165
Località termali	132	4.481	7.207
Altri comuni	5	68	130
<b>Totale</b>	<b>270</b>	<b>7.687</b>	<b>13.170</b>

Fonte: Ufficio Studi CCIAA di Parma

Per quanto riguarda il numero di imprese che esercitano attività di organizzazione di viaggi si rileva una marcata contrazione<sup>2</sup>. La dinamicità mostrata dal settore negli scorsi anni non è stata confermata nel 2008, i numeri infatti evidenziano una continuità con quanto avvenuto nel 2006 piuttosto che nel 2007.

L'aumento del numero di chiusure di esercizi, unito alla forte diminuzione di aperture sia di nuove sedi che di filiali, è in linea con la situazione di stallo che affligge l'economia del nostro Paese. I dati sulle agenzie di viaggi, pur non rientrando a pieno titolo nella valutazione complessiva del movimento turistico provinciale, si rivelano comunque indicatori di crescente interesse, anche in relazione allo sviluppo delle potenzialità di incoming del territorio.

---

<sup>2</sup> L'analisi sull'andamento delle Agenzie Viaggi nella Provincia di Parma è stata integralmente tratta dal P.T.P.L. 2010

	Nuove aperture	Chiusure	Variazione direzione tecnica	Aperture filiali	Variazione indirizzo	Variazione denominazione	Variazione Titolarità	Svincoli cauzione	TOT.
<b>Pratiche</b>									
<b>Agenzie 2006</b>	2	2	4	12	1	0	4	0	<b>25</b>
<b>Pratiche</b>									
<b>Agenzie 2007</b>	11	4	14	11	3	2	2	4	<b>51</b>
<b>Pratiche</b>									
<b>Agenzie 2008</b>	3	6	6	3	1	0	3	1	<b>23</b>

Tabella estratta da P.T.P.I. 2010 Provincia di Parma

---

## 2.2. L'ANALISI DI BILANCIO DELLE AZIENDE DELLA PROVINCIA DI PARMA DEL SETTORE ALLOGGIO E ATTIVITÀ DI SERVIZIO DI RISTORAZIONE

---

Per comprendere nel dettaglio l'andamento delle imprese dei settori Alloggio e Attività dei servizi di ristorazione (codici di attività economica - Ateco 2007 - 55 e 56), anche dal punto di vista economico e patrimoniale, si è proceduto all'analisi aggregata sui bilanci di 110 società di capitali operanti nei suddetti comparti.

In particolare sono stati analizzati gli ultimi 3 bilanci depositati disponibili (annualità 2005, 2006 e 2007) per un campione "chiuso" di aziende (110 in totale); sono stati quindi considerate ai fini dell'analisi le sole società con bilanci disponibili per i tre anni di osservazione. Il principale dato emerso nell'analisi consiste nel significativo aumento dei ricavi (+13,9%) dal 2005 al 2007, nonostante il rallentamento misurato nel 2007 (+2,9% la crescita dei ricavi tra 2006 e 2007).

Alla crescita dei ricavi è corrisposto un aumento dell'incidenza del reddito operativo globale delle aziende, negativa nel 2005 (pari al -2,3% sul valore della produzione) e pari all'1,0% nel 2007. Il miglioramento, riconducibile ad un generalizzato contenimento dei costi, è sostenuto in particolare dalla dinamica dei costi fissi; si riduce di 1,2 punti percentuali l'incidenza del costo del lavoro e di 1,4 punti percentuali il peso degli ammortamenti sul valore della produzione.

Il miglioramento dell'incidenza del reddito operativo caratteristico, dovuto all'aumento dei ricavi e di conseguenza dalla minor incidenza dei costi fissi, indica che il settore presenta una elevata leva operativa.

La leva operativa aiuta a comprendere come una variazione dei ricavi possa influenzare la redditività operativa; è un indicatore che suggerisce la struttura dei costi delle aziende. 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. Le aziende che presentano una elevata incidenza di costi fissi, in uno scenario di recessione di mercato come quello attuale, soffrono di più in termini economici, non riescono infatti a ridurre proporzionalmente i loro costi in caso di contrazione delle vendite. Al contrario le aziende con una struttura di costi composta in prevalenza da costi variabili, a parità di condizioni, sopportano meglio situazioni di crisi collegate a contrazioni della domanda.

Il grado di leva operativa del comparto analizzato (codici di attività 55 e 56 per la Provincia di Parma) è nel 2007 pari a 12,54. E' possibile equiparare tale risultato alla situazione di una azienda che veda contrarre le proprie vendite del 10% e contestualmente la redditività operativa del 120,54%, ossia 12,54 volte la variazione dei ricavi.

CONTO ECONOMICO	2007	2006	2005	Delta 2005- 2007
<b>Valore della produzione</b>	100%	100%	100%	
di cui Ricavi Netti	99,9%	99,7%	100,0%	
Consumi	32,7%	33,9%	33,2%	<b>-0,5%</b>
Costi per servizi e godimento beni di terzi*	34,3%	33,1%	34,7%	<b>-0,4%</b>
Valore aggiunto	33,0%	33,0%	32,0%	<b>1,0%</b>
Costo del lavoro	25,1%	25,5%	26,3%	<b>-1,2%</b>
Margine operativo lordo	7,9%	7,6%	5,7%	<b>2,2%</b>
Ammortamenti ed altri accantonamenti	6,5%	6,8%	7,9%	<b>-1,4%</b>
Totale Costi Operativi	98,6%	99,2%	102,2%	<b>-3,6%</b>
Reddito Operativo Caratteristico	1,4%	0,8%	-2,2%	<b>3,6%</b>
Proventi Accessori	0,1%	0,1%	0,3%	<b>-0,1%</b>
Saldo ricavi/oneri diversi	-0,5%	-0,2%	-0,4%	<b>-0,1%</b>
Reddito Operativo Globale	1,0%	0,8%	-2,3%	<b>3,3%</b>

Fonte: Banca Dati AIDA elaborazione Artemis

L'analisi della distribuzione statistica dell'indice di redditività del capitale investito (ROI) e dell'indice della redditività delle vendite (ROS) per le aziende considerate evidenzia che, seppur contenuti (in modo particolare gli indici di redditività del capitale investito), gli indici sono positivi nel 2007. Solo il 10% delle aziende registra una redditività delle vendite negativa.

	<b>Roi</b>	<b>Ros</b>
	<b>2007</b>	<b>2007</b>
Primo decile	3,19%	-0,89%
Secondo decile	3,73%	0,17%
Terzo decile	4,27%	1,23%
Quarto decile	4,70%	1,68%
Quinto decile - Mediana	5,07%	1,83%
Sesto decile	5,45%	1,98%
Settimo decile	5,78%	2,15%
Ottavo decile	5,99%	2,38%
Nono decile	6,21%	2,61%

Fonte: Banca Dati AIDA elaborazione Artemis

E' importante sottolineare che, ipotizzando uno scenario caratterizzato da una contrazione dei ricavi, è possibile determinare anticipatamente che una quota rilevante di aziende riporterebbe una redditività delle vendite negativa. Considerando leva operativa e redditività delle vendite di ogni singola azienda, è possibile simulare scenari futuri e prevedere che in caso di riduzione del 10% dei ricavi il 50% delle aziende analizzate registrerebbe una redditività delle vendite negativa.

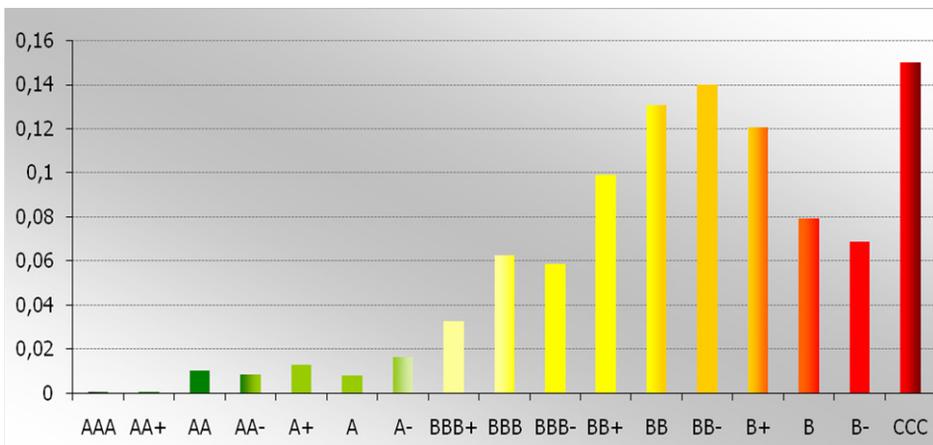
La forte sensibilità della redditività aziendale all'andamento dei ricavi aiuta a comprendere le motivazioni sottostanti la riduzione

dei costi fissi (o quantomeno la variabilizzazione di parte di essi) da parte delle aziende in caso di scenari recessivi o di contrazione della domanda. In questo contesto settoriale la variabilizzazione dei costi fissi può riflettersi sul lavoro e operativamente sulla attivazione di contratti di lavoro flessibili. E' perciò facilmente prevedibile che in un contesto di contrazioni del giro d'affari si possa avere una riduzione del costo del lavoro totale più marcata rispetto ad altri contesti settoriali dovuta all'alta componente di costi di fissi.

Da segnalare l'elevata incidenza degli oneri finanziari che nel 2007 pesano il 3,9% dei ricavi. Una percentuale molto elevata (ed in crescita) che evidenzia la fragilità finanziaria delle aziende del comparto.

E' possibile stimare anche la rischiosità finanziaria delle aziende, valutando la probabilità di default attraverso un algoritmo di rating.

Come noto, la crisi finanziaria ha portato e porterà ad una razionalizzazione del credito da parte delle banche. Le aziende rischiose, ossia quelle con elevata probabilità di default e conseguentemente peggior giudizio di rating, saranno più colpite da questa razionalizzazione del credito.



Fonte: Banca Dati AIDA elaborazione Artemis

**Probabilità di default - PD**  
(mediana) 2,23%

**Classe di rating (mediana) BB-**

% aziende tra AAA e A- (PD < 0,13%) 12%

% aziende tra BBB+ e BB- 51%

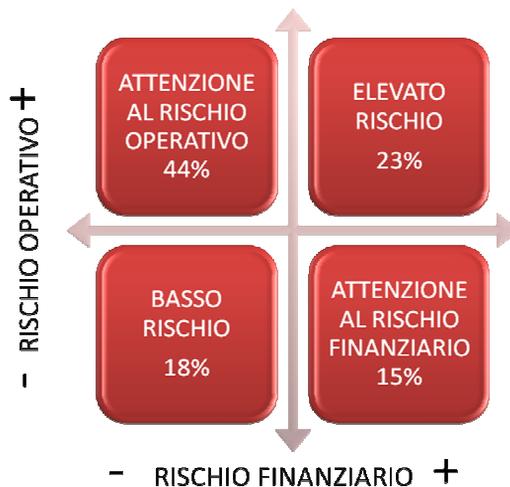
% aziende tra B+ e CCC (PD >= 3,51%) 37%

**numero imprese 129**

Fonte: Banca Dati AIDA elaborazione Artemis

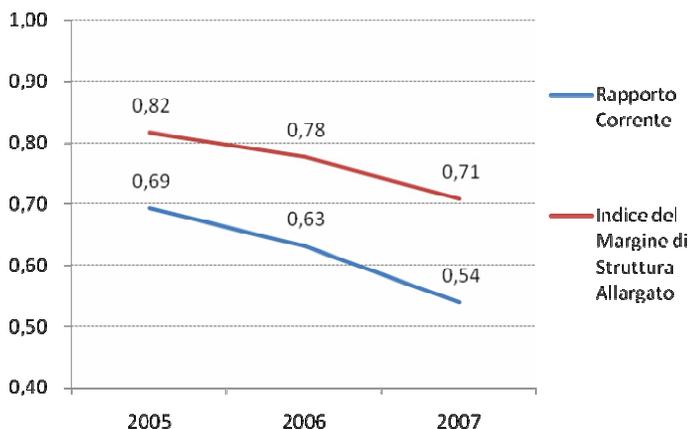
I risultati dell'analisi sulla distribuzione statistica dei giudizi di rating delle aziende considerate evidenziano che la probabilità di default media è pari a 2,23%, corrispondente ad una classe di rating BB- (soglia giudicata sufficiente e quindi in grado di garantire l'accesso al credito).

La distribuzione dei giudizi di rating mostra un 12% di aziende con probabilità di default assai contenuta (rating positivo) ed un 51% con una situazione di rischio ragionevole (rating discreto). Il 37% delle aziende considerate presenta tuttavia una probabilità di default elevata e quindi un rating di bilancio su classi considerate ad elevato rischio (B+ a CCC). Tali aziende possono incorrere nel rischio di revoca del fido o comunque avere difficoltà nell'accedere ad ulteriore credito.



L'analisi di dettaglio sui rischi operativi e finanziari evidenzia che il 18% delle aziende considerate presenta un profilo di rischio contenuto (basso rischio operativo e basso rischio finanziario) mentre un 23% delle aziende presenta un elevato rischio (operativo e finanziario). La classe più numerosa (44% delle aziende) è rappresentata dalle aziende che presentano un rischio finanziario contenuto ma un elevato rischio operativo. In linea con quanto rilevato per la distribuzione dei giudizi di rating, il 15% delle aziende presenta un elevato rischio finanziario e contestualmente un basso rischio operativo.

La “mappa del rischio” segnala che, in un contesto di recessione economica, il 18% delle aziende mantiene soglie di rischiosità moderate.



Fonte: Banca Dati AIDA elaborazione Artemis

L'analisi dei trend di liquidità aziendale, vale a dire l'esame degli indicatori che maggiormente incidono sulla rischiosità finanziaria delle aziende, marca quanto già rilevato. Indice di liquidità primaria<sup>3</sup> e indice del margine di struttura allargato<sup>4</sup> sono inferiori all'unità (soglia minima di sicurezza) e in diminuzione.

---

<sup>3</sup>  $(\text{Attivo corrente} - \text{Rimanenze finali}) / \text{Passivo corrente}$ . E' un indicatore di solvibilità. Indica la capacità dell'azienda di far fronte agli impegni di breve periodo con mezzi liquidi o liquidabili entro 12 mesi (liquidità immediate e differite). Un giudizio positivo potrebbe essere espresso qualora l'indicatore presenti valori maggiori di uno. Tale indice, inoltre, consente di superare il limite a proposito della presenza di disponibilità non facilmente smobilizzabili, evidenziato sopra a proposito del rapporto corrente. E' indicatore molto importante su cui le banche basano parte del loro giudizio di solvibilità delle aziende.

<sup>4</sup>  $(\text{Patrimonio netto} + \text{Passivo consolidato}) / \text{Attivo Immobilizzato}$ . E' un indicatore della solidità dell'azienda e segnala la capacità dei mezzi propri e dei debiti a lungo termine di finanziare gli investimenti immobilizzati. Tale indice esprime, in altre parole, la misura in cui le fonti di finanziamento permanenti e a medio/lungo termine coprono il fabbisogno finanziario originato dagli investimenti di medio/lungo periodo.

Anche in questo caso il giudizio è positivo qualora tale indicatore sia maggiore di uno, poiché, come già detto, tali fonti di finanziamento risultano non solo coerenti con la tipologia di impieghi in esame, ma, soprattutto, anche per quelli di breve periodo.

Si possono individuare tre casi:

>1: il passivo permanente non solo finanzia integralmente le immobilizzazioni ma anche parte delle attività correnti (liquidità immediate + liquidità differite + rimanenze d'esercizio);

<1: il passivo permanente finanzia solo parzialmente le immobilizzazioni. La parte residuale delle immobilizzazioni è finanziata con ricorso alle passività correnti (debiti a breve termine) che, come detto in precedenza, creano maggior tensione finanziaria e costano di più;

=1: il passivo permanente finanzia in modo esclusivo e completo le immobilizzazioni. Caso teorico.

Un buon equilibrio finanziario impone coerenza nell'impiego delle fonti e conseguentemente il finanziamento attraverso debiti a breve per investimenti a rapida utilità e finanziamenti di lungo periodo per investimenti ad utilità ripetuta nel tempo (immobilizzazioni). A titolo di esempio, il rinnovo dei locali e/o degli impianti deve essere finanziato con capitale proprio o con formule di finanziamento a lungo termine come il mutuo o il leasing, e non attraverso strumenti quali anticipi fatture o fidi su conto corrente.

Il campione analizzato presenta un indice del margine di struttura inferiore all'unità, pertanto parte dell'attivo immobilizzato è finanziato con passivo corrente. L'attivo immobilizzato risulta infatti pari al 74,5% del capitale investito totale mentre patrimonio netto e passivo consolidato pesano rispettivamente pari al 14,3% ed al 38,4% delle totale delle fonti. Tale contesto pone le aziende in una situazione di vulnerabilità finanziaria dal momento che parte degli investimenti che avranno un ritorno monetario nel lungo periodo sono finanziati con fonti che dovranno essere rimborsate nel breve. Il rischio correlato a tale situazione consiste in sintesi nella possibilità che l'ente finanziatore richieda il rimborso del debito anticipatamente rispetto ai ritorni monetari correlati all'investimento (ipotesi ammissibile in periodi di razionalizzazione del credito), portando l'azienda in uno stato di insolvenza.

La carenza di programmazione finanziaria da parte delle aziende

unitamente al ricorso a fonti di finanziamento a breve termine, preferiti rispetto a debiti finanziari a lungo termine oppure al reperimento di nuovo capitale di rischio, sono tra gli elementi di maggiore fragilità. L'assenza di programmazione finanziaria e l'alto rischio di insolvenza rendono inoltre poco attraente l'azienda agli occhi di eventuali investitori esterni e possono portare l'azienda ad un forte indebitamento ed alla impossibilità di poter effettuare piani di sviluppo che prevedano l'utilizzo di risorse finanziarie.

Il settore è caratterizzato da un significativo peso delle immobilizzazioni che segnala una abbondante capacità produttiva (in tal caso più puntualmente definita come capacità ricettiva). L'elevato rischio operativo misurato per le aziende del campione indica tuttavia uno sfruttamento solo parziale di tale capacità.

I valori misurati nel triennio considerato mostrano un miglioramento dell'efficienza delle aziende ed in particolare un miglior utilizzo delle risorse umane impiegate. Risultano in aumento valore aggiunto e ricavi per addetto ad evidenza di una maggiore e generalizzata efficienza da parte delle aziende.

Gli incrementi in termini di efficienza non presentano impatti sulla consistenza del costo del lavoro, il cui peso resta immutato.

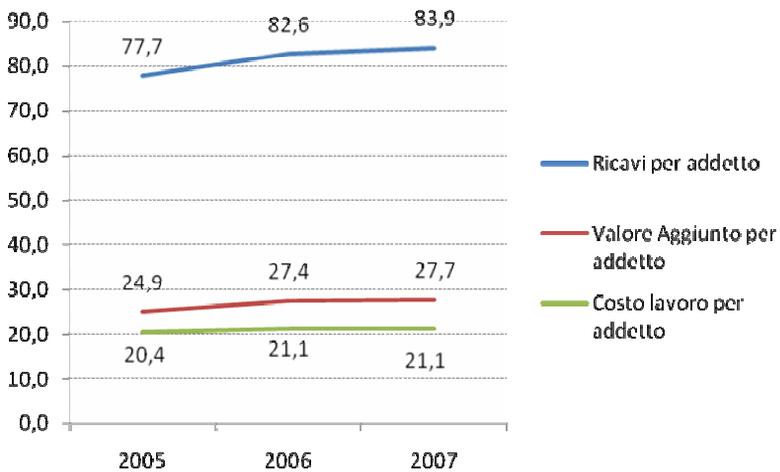


Grafico: indici di efficienza per addetto (valori in migliaia di euro)

---

### 2.3. IL TREND IN SINTESI

---

<b>INDICATORI DI TREND DISCENDENTI</b>	<b>INDICATORI DI TREND ASCENDENTI</b>
Diminuzione offerta alberghiera di fascia economica (1-2 stelle).	Aumento offerta alberghiera di fascia medio-alta (4 stelle), tenuta dei 5 e 3 stelle.
Agenzie viaggi in calo.	Ricavi in aumento nel 2007, sostenuti dai forti risparmi di costi
Redditività delle vendite in calo con rischi correlati in contesto recessivo con diminuzione dei ricavi	Aumento ricavi per addetto ed efficienza complessiva.



# CAPITOLO 3

## IL MERCATO DEL LAVORO NEL SETTORE TURISMO

Prima ancora che si producessero nel mese di settembre gli eventi ben noti (vale a dire l'inedita concatenazione di eventi con cui si è palesata la crisi economico-finanziaria mondiale che ha preso simbolicamente avvio il 15 settembre 2008, quando la Lehman Brothers Holdings Inc. ha annunciato l'intenzione di avvalersi del Chapter 11, la procedura di «fallimento pilotato» prevista dalla legge statunitense, presentando un quadro di debiti bancari e obbligazionari tale da configurare la più grande bancarotta nella storia degli Stati Uniti), il 2008 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 Parma sono stati oltre 106mila, con una diminuzione rispetto al 2007 di circa il 4,5%.

Sul totale degli avviamenti, nell'industria si è registrata una flessione del -5,5% e nei servizi del -4,5%.

L'unica eccezione rilevante in questo panorama è rappresentata dall'agricoltura che vede aumentati i propri inserimenti lavorativi del 6%.

**Tabella : Avviamenti nelle sedi di lavoro in Provincia di Parma per sezione di attività economica (Ateco 2002). Anni 2007 - 2008**

<b>ATTIVITA' ECONOMICA</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>Diff. %</b>
Agricoltura	2.532	2.687	6,12
Industria	30.985	29.282	-5,5
Servizi	78.285	74.690	-4,59
<b>di cui Alberghi e ristoranti</b>	10.432	9.463	-9,29
<b>Totale</b>	<b>111.802</b>	<b>106.659</b>	<b>-4,6</b>
<b>Casi marcanti</b>	<b>42</b>	<b>110</b>	

Fonte: elaborazione Osservatorio del Mercato del Lavoro su dati dell'archivio Siler 2007 e 2008 dei Centri per l'Impiego della Provincia di Parma. Elaborazione Artemis

### 3.1. ANALISI AVVIAMENTI E CESSAZIONI

Nonostante la diminuzione, i servizi continuano a mantenere nel 2008 la quota maggioritaria di assunzioni registrando al loro interno un calo minimo della quota di avviamenti nella attività Alberghi e ristoranti.

Ponendo l'attenzione sulle assunzioni per mese nella **sezione economica H. Alberghi e ristoranti**, è possibile notare un andamento piuttosto regolare, soprattutto nel 2008, che segue maggiormente il trend generale dei servizi, fatto salvo un picco in diminuzione, più evidente nei mesi estivi del 2007, che riflette la vocazione turistica della provincia di Parma.

La regolarità dell'andamento della sezione economica è legata, inoltre, al turismo congressuale e fieristico (si ricordi la scelta di Parma come Authority europea per la sicurezza alimentare) che garantisce una domanda di lavoro pressoché continua.

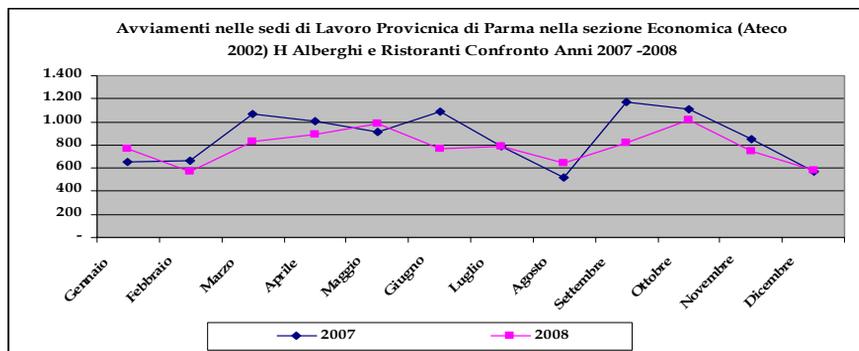


Grafico 1. Fonte: Osservatorio del Mercato del Lavoro su dati dell'archivio Siler 2007 e 2008 dei Centri per l'Impiego della Provincia di Parma. Elaborazione Artemis

Il grafico si presenta a due punte, quindi totalmente in controtendenza a ciò che avviene nelle località turistiche balneari dove la concentrazione degli avviamenti è proprio nei mesi tra maggio e luglio.

Nel 2008 la domanda di lavoro è stata massima nel periodo tra **metà marzo e metà maggio** per riprendere nei mesi di settembre e ottobre. Il dato conferma la capacità del territorio di attrarre il turismo termale, nei mesi primaverili, ma anche un turismo legato ai paesaggi naturalistici dell'appennino e alle città d'arte, preferite soprattutto nei mesi che precedono l'autunno.

Facendo le dovute distinzioni, è possibile comunque affermare che il territorio parmense, rispetto a quelli con una spiccata vocazione balneare, gode del vantaggio di offrire un panorama turistico assai diversificato che intercetta le esigenze di un pubblico di qualità.

Nella tavola successiva è possibile osservare, 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.

Tabella : Cessazioni nelle sedi di lavoro in Provincia di Parma (Ateco 2002)

(dati assoluti anno 2007, 2008)

ATTIVITA' ECONOMICA	2007	2008	Variazione	Variazione
			assoluta	%
			sul 2007	sul 2007
Agricoltura	2.492	2.736	244	9,8
Industria	29.857	29.565	-292	-1
Servizi	69.881	72.184	2.303	3,3
di cui Alberghi e ristoranti	9.619	9.065	-554	-5,8
<b>Totale</b>	<b>102.230</b>	<b>104.485</b>		

Fonte: Osservatorio del Mercato del Lavoro su dati dell'archivio Siler 2007 e 2008 dei Centri per l'Impiego della Provincia di Parma. Elaborazione Artemis

Mentre per l'agricoltura il saldo con gli avviamenti ha di molto mitigato l'effetto dell'alto numero di cessazioni (nel 2007 il saldo era +40 mentre nel 2008 è stato di -42. Fonte: elaborazione OML su dati Prolabor e Siler), altrettanto non si può affermare per i servizi.

Non si può non cogliere infatti un segnale di allarme dall'aumento del 3,3% delle cessazioni nei servizi, peraltro non compensate dalle assunzioni, anche se il saldo continua ad essere positivo (nel 2007 il saldo era +8.404 mentre nel 2008 è stato di +2.718. 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 5.686 posti di lavoro nei servizi. Se, infatti, la contrazione in alcune sottosezioni di attività -

quali trasporti e comunicazioni, servizi alle imprese e attività di somministrazione di lavoro - 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 alberghi e ristoranti, che ha goduto di una favorevole stagione legata al turismo culturale, e registra una diminuzione del 5,8% nelle cessazioni ed un saldo avviamenti - cessazioni positivo.

Nel 2008, infatti, si è registrato un forte incremento degli arrivi, aumentati del 6,3% rispetto al 2007, mentre le presenze sono rimaste pressoché stabili: +0,03% (dato sul quale hanno inciso in particolare gli stranieri: le presenze sono passate dalle 294.422 del 2007 alle 302.666 del 2008).

Il segnale è conforme alle tendenze che si affermano in campo nazionale (si accorciano i tempi 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 41,7% del totale mentre nel terziario le posizioni si invertono: sono cioè gli avviamenti femminili ad avere la quota superiore oltrepassando l'80%.

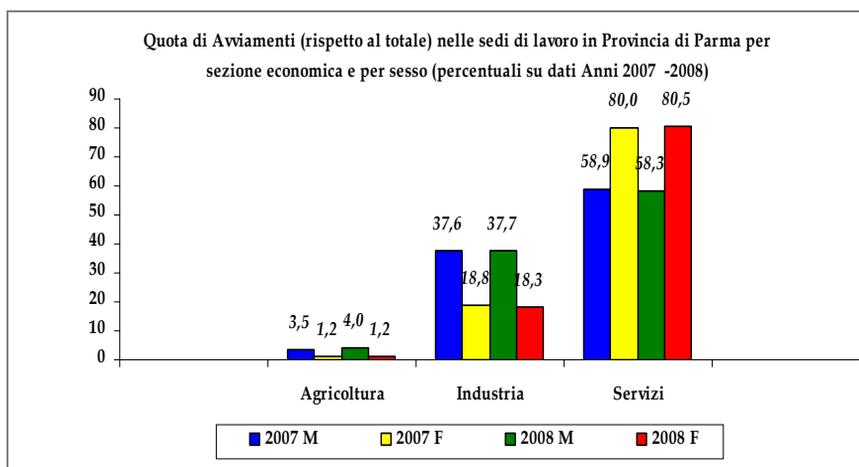


Grafico 2. Fonte: Osservatorio del Mercato del Lavoro su dati dell'archivio Siler 2007 e 2008 dei Centri per l'Impiego della Provincia di Parma. Elaborazione Artemis

Il grafico successivo mostra che anche nel 2008, l'attività Alberghi e ristoranti non fa eccezione: gli avviamenti femminili rappresentano il 63%, e soprattutto che gli avviamenti femminili totali superano quelli

maschili di una percentuale pari al 5,6%, incrementando il dato del 2007 che vedeva gli avviamenti femminili superare quelli maschili del 5,1%.

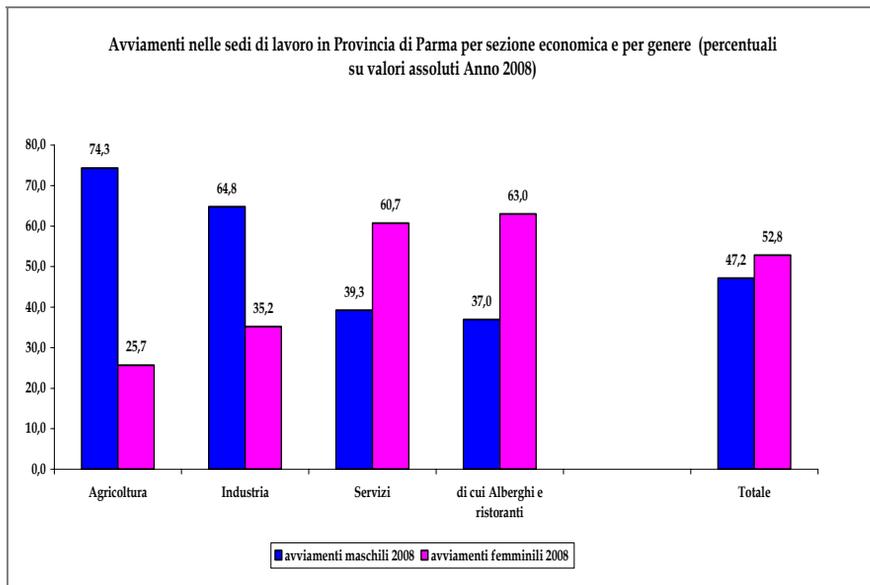


Grafico 3. Fonte: Osservatorio del Mercato del Lavoro della Provincia di Parma.

Elaborazione Artemis

Se confrontati con il 2007, gli avviamenti femminili nei servizi sono diminuiti del 3,5% mentre quelli maschili del 6,2%. Nello specifico, la sezione Alberghi e ristoranti ha visto una diminuzione degli **avviamenti femminili del 8,9%** e quelli **maschili del 9,9%**.

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 Alberghi e ristoranti è stata per il 78% a termine contro il 90% che di solito si registra nelle province rivierasche.

E' possibile dunque parlare di una stagionalità maggiormente distribuita, e comunque meno concentrata, e di un uso maggiore dei contratti a tempo indeterminato.

Gli stessi avviamenti a tempo determinato risultano meno precari rispetto ad un territorio che concentra temporalmente le attività turistiche

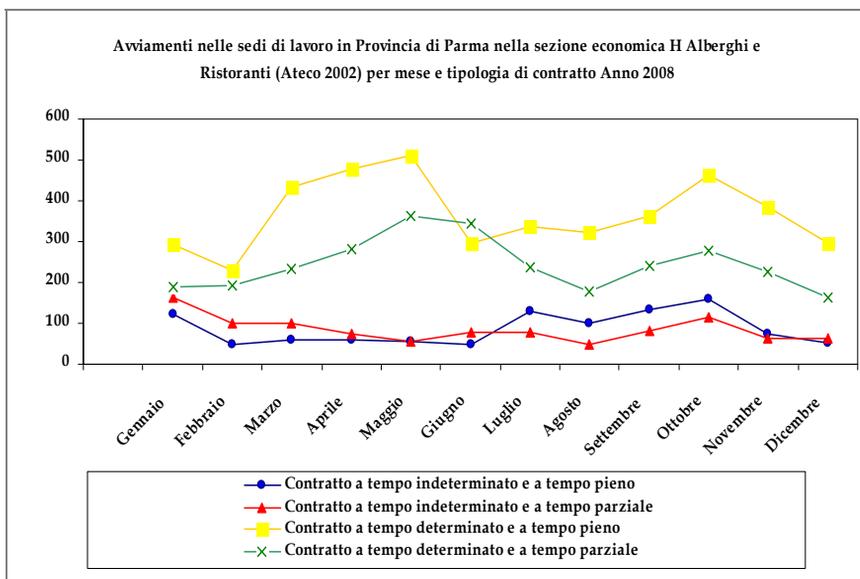


Gráfico 4. Fonte: Osservatorio del Mercato del Lavoro su dati dell'archivio Siler 2007 e 2008 dei Centri per l'Impiego della Provincia di Parma. Elaborazione Artemis

La fattispecie più colpita di lavoratori è quella dei dipendenti con contratto a tempo determinato e a tempo pieno. Un numero importante di questi lavoratori che da flessibili sono diventati disoccupati, è da ascrivere con molta probabilità alla caduta della domanda di lavoro interinale: i lavoratori interinali sono stati probabilmente fra le prime vittime, in ordine di tempo, del montare della crisi.

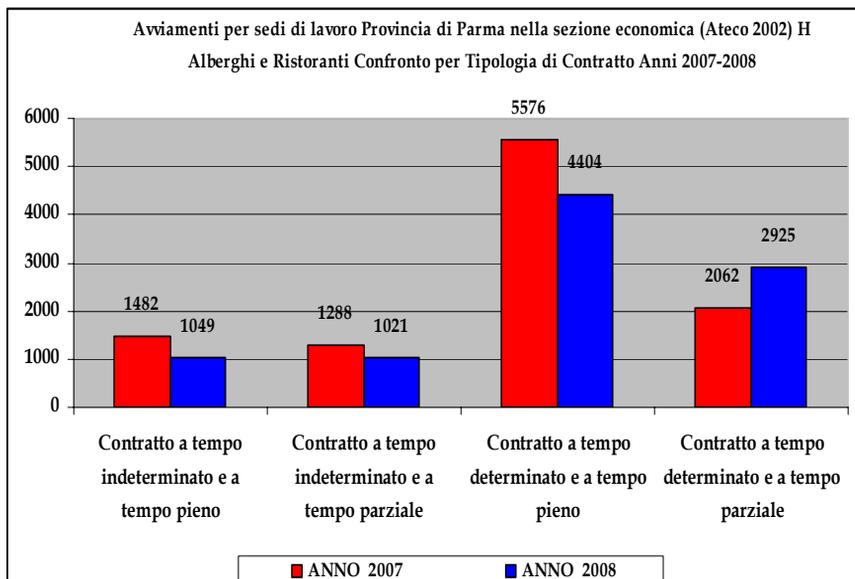


Grafico 5. Fonte: Osservatorio del Mercato del Lavoro su dati dell'archivio Siler 2007 e 2008 dei Centri per l'Impiego della Provincia di Parma. Elaborazione Artemis

---

### 3.4. ANALISI DOMANDA DI LAVORATORI IMMIGRATI

---

I dati sugli inserimenti al lavoro dal 2007 al 2008 evidenziano un calo generale del 4,5% circa. Considerando i dati per cittadinanza, si osserva che i lavoratori italiani nel 2007 rappresentavano il 72,42% del totale degli avviamenti, registrando nel 2008 un +0,51%, che i lavoratori comunitari nel 2007 rappresentavano il 5,10% del totale degli avviamenti, registrando un +0,27% nel 2008 e che i lavoratori extracomunitari nel 2007 rappresentavano il 22,48% del totale degli avviamenti registrando un -0,78% nel 2008.

**Tavola 3 - Avviamenti nelle sedi di lavoro in provincia di Parma per Paese di nascita del lavoratore**

CITTADINANZA	2007	2008	var %
Italiani	81.001	77.864	-3,87
Comunitari	5.702	5.727	0,44
Extracomunitari	25.140	23.167	-7,85
<b>Totale</b>	<b>111.843</b>	<b>106.758</b>	<b>-4,55</b>

Fonte: Osservatorio del Mercato del Lavoro su dati dell'archivio Siler 2007 e 2008 dei Centri per l'Impiego della Provincia di Parma. Elaborazione Artemis

A conferma che non parrebbero emergere elementi di selezione di tipo discriminatorio basate sulla nazionalità, la composizione per provenienza, dunque, nella sostanza non ha subito modifiche rilevanti.

Il calo registrato negli avviamenti di cittadini extracomunitari

potrebbe, inoltre, essere in parte compensato dall'aumento degli inserimenti di cittadini diventati comunitari per effetto delle recenti annessioni all'Unione Europea.

---

### 3.5. ANALISI RELATIVE ALLE PROFESSIONI

---

Le professioni più richieste nel settore Alberghi e ristoranti, in base agli avviamenti 2008, risultano essere le professioni qualificate nelle attività turistiche alberghiere, per le quali, rispetto al 2007, si registra un incremento pari allo 0,5% sul totale degli avviamenti.

Segue il personale non qualificato nelle attività commerciali e nei servizi, che al contrario vede una diminuzione del 1,6%, il personale non qualificato nelle attività gestionali, che invece incrementa la sua presenza dello 0,7% e quello non qualificato nei servizi alle persone ed assimilati che subisce una flessione dello 0,3%.

A seguire, nelle professioni tecniche nell'amministrazione e nelle attività finanziarie e commerciali aumentano rispetto al 2007 di ben 111 avviamenti in valore assoluto, con un peso percentuale sul totale cresciuto del 1,2%; le professioni qualificate nelle attività commerciali aumentano dello 0,5% così come le professioni qualificate nei servizi sociali, culturali, di sicurezza, di pulizia ed assimilati che crescono dello 0,4%. Crescono, se pur di uno 0,2% gli impiegati a contatto diretto con il pubblico e subiscono una flessione del 2,1% le professioni non qualificate delle miniere, delle costruzioni e delle attività industriali.

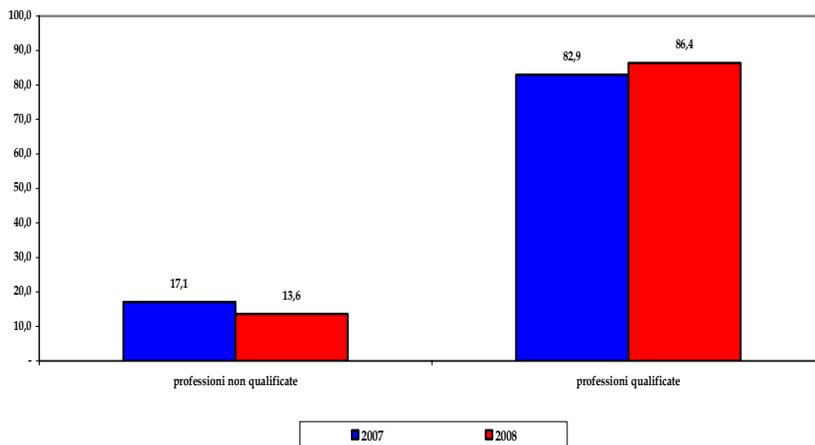
Tabella 4 Avviamenti nelle sedi di lavoro in Provincia di Parma nella sezione economica H. Alberghi e ristoranti (Ateco 2002) per gruppo professionale (Istat 2001)

	Numero		Percentuale	
	2007	2008	2007	2008
<b>GRUPPO PROFESSIONALE</b>				
<i>Professioni qualificate nelle attività turistiche ed alberghiere</i>	7.931	7.235	76	76,5
<i>Professioni non qualificate nelle attività commerciali e nei servizi</i>	853	625	8,2	6,6
<i>Professioni non qualificate nelle attività gestionali</i>	268	311	2,6	3,3
<i>Professioni non qualificate nei servizi alle persone ed assimilati</i>	270	219	2,6	2,3
<i>Professioni tecniche nell'amministrazione e nelle attività finanziarie e commerciali</i>	60	171	0,6	1,8
<i>Professioni qualificate nelle attività commerciali</i>	97	135	0,9	1,4
<i>Professioni qualificate nei servizi sociali, culturali, di sicurezza, di pulizia ed assimilati</i>	88	118	0,8	1,2
<i>Impiegati a contatto diretto con il pubblico</i>	109	116	1	1,2
<i>Professioni non qualificate delle miniere, delle costruzioni e delle attività industriali</i>	341	109	3,3	1,2
<i>Altre professioni</i>	412	424	4	4,5
<b>TOTALI</b>	<b>10.429</b>	<b>9.463</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Nel confronto con il 2007 sembra confermata la tendenza già in corso di una diminuzione della richiesta di professioni generiche, non qualificate, a favore del personale qualificato.

**Tabella 5 Fonte: Osservatorio del Mercato del Lavoro su dati dell'archivio Siler 2007 e 2008 dei Centri per l'Impiego della Provincia di Parma Elaborazione: Artemis**

Differenza percentuale tra gli avviamenti 2007 e 2008 distinti per professioni qualificate e professioni non qualificate (Istat 2001) in provincia di Parma nella sezione economica H. Alberghi e ristoranti (Ateco 2002)



Nel settore Alberghi e ristoranti, le professioni non qualificate hanno subito un decremento, nel 2008, pari al -3,5% a favore delle professioni qualificate confermando un dato più complessivo che vede, a fronte di un calo generale delle assunzioni, un aumento della domanda di lavoro qualificato.

---

### 3.6. ANALISI DI TREND

---

Dall'analisi condotta su dati relativi alle attività connesse al turismo (Alberghi e ristoranti), nella provincia di Parma, in primo luogo viene confermata la vocazione turistica del territorio, in grado di intercettare le esigenze di un pubblico di qualità grazie all'offerta di un panorama diversificato di opportunità di visita. Ciò ha consentito, soprattutto nel 2008, una maggiore regolarità dell'andamento della sezione economica con la conseguente diminuzione dei picchi legati alla 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 femminili, per esempio, nel 2008 sono aumentati rispetto all'anno precedente.

Il dato non è tuttavia da ritenersi necessariamente tranquillizzante: visto l'aumento dei contratti a tempo determinato e a tempo parziale è possibile ritenere che sia proprio la componente femminile a pagare il prezzo più alto della flessibilizzazione del lavoro (che spesso si traduce in precarietà).

Per quanto riguarda la tipologia contrattuale dei posti di lavoro perduti risulta chiaro che:

- a) i rapporti di lavoro che hanno subito la maggiore flessione sono quelli standard (a tempo indeterminato e a tempo pieno) ma va immediatamente aggiunto che, parallelamente, si è registrata una crescita del lavoro part-time a tempo determinato, fatto questo che lascerebbe intendere che la chiusura di un certo numero di questi 1.652 rapporti di lavoro a tempo indeterminato e a tempo pieno non abbia rappresentato per il lavoratore una «perdita secca» del posto di lavoro ma la decurtazione dell'orario di lavoro, attuata con una trasformazione del rapporto a tempo parziale;
- b) la fattispecie più colpita di lavoratori è però quella dei dipendenti con contratto a tempo determinato e a tempo pieno.

Per ciò che concerne, infine, le professioni, viene confermata la tendenza già in atto di una diminuzione della richiesta di professioni generiche, non qualificate, a favore del personale qualificato. Il dato, inoltre, sembra essere coerente con il 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

INDICATORI DI TREND DISCENDENTI	INDICATORI DI TREND ASCENDENTI
Aumento flessibilità (rischio di maggiore precarietà).	Aumento flessibilità (maggiore capacità imprese di fronteggiare situazioni critiche).
Flessione rapporti di lavoro a tempo indeterminato.	Aumento richiesta lavoratori qualificati.
Diminuzione richiesta lavoratori non qualificati.	Aumento (lieve) occupazione femminile.

# CAPITOLO 4

## POLITICHE PER LO SVILUPPO DEL TURISMO E PERCORSI FORMATIVI

---

### 4.1. POLITICHE E STRATEGIE PER LO SVILUPPO TURISTICO

---

Parlare di turismo a Parma fino a pochi anni fa poteva quasi sembrare un refuso, soprattutto in un contesto regionale che era tradizionalmente abituato a vedere nel fenomeno balneare il proprio settore turistico.

Al contempo, mentre a livello regionale il turismo si identificava quasi esclusivamente con il balneare, quando si parlava di turismo in provincia di Parma il riferimento obbligato e quasi esclusivo era il fenomeno termale.

In pochi anni, molte cose sono cambiate: il balneare non è più il baricentro del turismo emiliano romagnolo (e tantomeno italiano). Tanti turismi, anche sulla Costa, si sono affiancati alla vocazione originaria, tante motivazioni hanno arricchito ed irrobustito un settore che da marginale (e marginalizzato) si pone ora come centrale nell'economia regionale.

Mentre il turismo era in origine un settore minoritario, che metteva

in valore risorse altrimenti trascurate nel contesto di una economia locale diversamente orientata (agricola prima, industriale poi), esso appare invece oggi come un protagonista assoluto della nuova economia terziaria che caratterizza, fatte le debite proporzioni, tutto il Paese, tutta la regione, ed anche la provincia di Parma.

Una provincia che negli ultimi anni ha progressivamente mutato il proprio profilo produttivo, essendo stata interessata, di fatto, da una intensa crescita del settore dei servizi, ed in particolare del comparto del commercio e del turismo, quest'ultimo, al momento, meno colpito dalla crisi avendo goduto, come precedentemente descritto, di una stagione complessivamente abbastanza positiva anche sorretta da un turismo di tipo culturale.

La provincia di Parma si caratterizza per un'offerta turistica diversificata ma ancora relativamente poco specializzata: turismo culturale e d'affari, turismo enogastronomico, termale, sportivo ed ecoturismo. Ciò può rappresentare un elemento di forza, ma può creare problemi di gestione se non vengono individuate opportune forme di coordinamento dei vari livelli (pubblico e privato), progetti e filoni di lavoro.

La riflessione oggi in atto si basa sul fatto che non è più possibile ragionare sul singolo prodotto, e per fare ancora di più del turismo un generatore di sviluppo per l'intero territorio, diventa

determinante mettere a sistema le varie offerte turistiche progettando un'offerta diversificata ma integrata sotto un'unica Marca.

Il fulcro dell'attenzione degli attori delle politiche e delle strategie per lo sviluppo turistico sembra dunque essere orientato alla gestione di tutte le possibili diversificazioni di prodotto e di offerta turistica, su tutte le possibili risorse territoriali di attrazione ulteriori, e, nell'ambito di aree più vaste come quella della provincia di Parma, verso la valorizzazione di una ricchezza ospitale ben più ampia.

In particolare sembra oggi necessario affrontare il tema del territorio ospitale e "salutare" come un tutto, che passa attraverso la qualità del cibo, la tutela dell'ambiente, l'eccellenza dell'offerta artistico-culturale, la proposta di stili di vita salubri ed ovviamente la straordinaria ricchezza e specializzazione della proposta termale, nel tentativo strategico di ricondurre ad unità la forza di Marca della provincia da un lato, e di sostenere mediante i suoi punti di forza le eventuali lacune e temporanee debolezze.

Dall'Assessorato provinciale arrivano precise proposte per un

programma strategico, un piano provinciale per il turismo che integri infrastrutture, politiche strutturali e di marketing.

Eccole in sintesi:

- La creazione della “**marca Parma**”, una “coperta” che comprenda tutto il territorio, gestita da una **struttura dedicata** ed efficiente che lavori con competenza e capacità sulle pubbliche relazioni, in grado di valorizzare i “prodotti ambasciatori”, integrare le varie realtà del territorio, che dia garanzia sui risultati.
- La predisposizione di un **progetto orientato all'accoglienza** che, attraverso la leva della formazione, coinvolga oltre a chi lavora nel settore anche le comunità e tutti gli addetti al contatto.
- Il rafforzamento, a partire dalla tradizione termale, di un **offerta legata al benessere** declinato in tutte le opportunità offerte dal territorio (cibo, bicicletta, ecc.).
- Un **cartellone provinciale** degli eventi che renda appetibile la visita in ogni momento.
- Un **portale** attraverso il quale sia possibile vendere e acquistare il prodotto “Parma”.

La definizione delle linee strategiche di indirizzo delle politiche per il turismo, con l'obiettivo di ricondurre a unità tutti gli elementi di forza del territorio mettendoli in valore, costituisce uno degli obiettivi chiave del Programma Turistico di Promozione Locale (PTPL) che, istituito con la L.R. 7/98 (Regione Emilia Romagna), ha riorganizzato il sistema turistico regionale prevedendo per le Amministrazioni Provinciali la delega all'esercizio delle funzioni amministrative relative alla programmazione della promozione turistica locale.

Le azioni previste sono articolate in due assi; il sostegno e la qualificazione dei servizi di informazione e accoglienza e la promozione turistica locale.

### **Sostegno e qualificazione dei servizi di informazione e accoglienza al turista**

Il percorso di qualificazione già in atto passerà attraverso una più stretta collaborazione con la Redazione Locale di riferimento, per la comunicazione via web, così come prescritto dalla normativa regionale, e da iniziative di formazione che possano generare un processo di innovazione del sistema locale dei servizi di informazione turistica, coordinato con le moderne strategie di promozione turistica e marketing del territorio.

In tale ambito potranno essere presentati i progetti relativi agli

uffici IAT e UIT riconosciuti sul territorio provinciale. Tali progetti dovranno prevedere azioni mirate all'erogazione del servizio secondo modalità sempre più rispondenti alle esigenze della domanda tramite la professionalità degli operatori e l'utilizzo delle nuove tecnologie.

### **Promozione turistica locale**

Rientrano in questo ambito le iniziative finalizzate ad affermare l'immagine di qualità dei servizi e dei prodotti turistici locali. Tali interventi possono essere proposti dai Comuni, da loro società e organismi operativi, da società d'area, Pro Loco (e UNPLI), GAL, Strade dei vini e dei sapori e associazioni di volontariato.

Allo scopo di offrire alla progettazione 2009, in capo ai territori, alcune linee strategiche di riferimento, il P.T.P.L individua poi alcuni temi ritenuti prioritari, declinati per tipologia di prodotto turistico che vengono di seguito riportati in modo integrale

### **Appennino e distretto turistico - ambientale Parma est**

La Provincia di Parma, nell'ambito della valorizzazione delle eccellenze turistico-ambientali del territorio del Distretto Turistico-Ambientale Parma Est, ha realizzato nel corso della annualità

2008/2009, d'intesa con la Comunità Montana Appennino Parma Est, il Parco Nazionale Tosco-Emiliano, il Parco Regionale dei Cento Laghi e i Comuni del comprensorio montano est le iniziative prefissate nell'ambito del comparto Neve. La stazione Sciistica di Schia con l'impianto di una nuova seggiovia ha dato avvio ad un processo di destagionalizzazione che permettere la fruizione dell'area Monte Caio anche al di fuori del periodo invernale. Gli operatori hanno inoltre riferito grande soddisfazione in merito alla partecipazione alla Fiera Ski Pass nell'ambito dello stand dell'Unione Appennino e Verde.

Con APT e Unione Appennino e Verde si è inoltre per la prima volta cominciato a strutturare il progetto di Turismo Bianco dedicato alle attività escursionistiche praticabili in inverno in appennino.

Per il 2010 si intende riconfermare il comparto neve come linea strategica di azione. Particolare attenzione verrà concessa verso progetti articolati sull'offerta di discipline sportive alternative allo sci classico come lo snow board ed altre discipline adatte a favorire l'ampliamento della stagionalità del turismo in appennino come il bike e l'escursionismo in tutte le loro declinazioni.

E' intenzione della Provincia inoltre consolidare la collaborazione con il Parco Nazionale dell'Appennino Tosco Emiliano nell'ambito

della valorizzazione ambientale delle terre alte, mirata al turismo scolastico, nella stagione invernale ed in località non vocate allo sci. In pratica si intende affermare la fruibilità dell'appennino in inverno attraverso una molteplicità di attività sportive, dalle ciaspole alle passeggiate, e didattiche, dalle osservazioni naturalistiche al contatto diretto con le tradizioni e le popolazioni locali.

In particolare saranno presi in considerazione i progetti di promozione legati a: turismo invernale, turismo naturalistico e sportivo, turismo scolastico.

### **Turismo Sostenibile ed Escursionismo**

Anche sulla scia di recenti iniziative di successo la Provincia ribadisce la necessità di proseguire nella strutturazione e valorizzazione del turismo sostenibile, mediante la proposta di itinerari e attività legati al trekking, al bike e in genere allo sport in natura. In particolare si intendono attivare sinergie per l'estensione della rete sentieristica, integrata con le piste ciclabili, all'intero territorio provinciale. Assume inoltre particolare rilevanza la Via Francigena, ora completamente percorribile, oltre che da Collecchio al Passo della Cisa, anche da Fidenza a Fornovo.

In questo contesto si inseriscono le iniziative promozionali legate al

turismo naturalistico e sportivo, turismo culturale e scolastico, realizzate in tutto il territorio provinciale, e legate a modalità riconducibili a un approccio “lento” e sostenibile ai valori della cultura e della natura.

### **Rilancio Area Po e Bassa**

L’area si sta sempre più configurando come un sistema di offerta turistica integrata che comprende castelli e rocche, Luoghi verdiani, Strada del Culatello, piste ciclabili con noleggio biciclette e navigazione fluviale. Si affiancano inoltre numerose strutture ricettive nate negli ultimi anni come gli agriturismi e i bed & breakfast che contribuiscono ad incentivare la permanenza del turista sul territorio.

Questa variegata offerta trova ideale attuazione in progetti di turismo culturale e scolastico, turismo naturalistico e sportivo, turismo enogastronomico.

### **Terme e Benessere**

Il comparto termale locale (Salsomaggiore Terme, maggior centro termale di tutta la regione, Tabiano, Ponticelli, Il Baistrocchi e Sant’Andrea), pur rivestendo una notevole importanza per l’economia turistica della provincia di Parma, presenta ormai da qualche anno, anche se con qualche cenno di ripresa, costanti

sintomi di crisi che richiedono mirati interventi di rilancio.

A questo proposito, sia da Unione di Prodotto Terme sia da Coter e operatori regionali del settore, è emersa a più riprese la necessità di far crescere la vocazione ospitale dei territori termale in senso ampio, interagendo con altri turismi (sportivo/naturalistico, culturale, enogastronomico). Castelli, Luoghi verdiani, Fidenza Village, la stessa città capoluogo sono solo alcune delle opportunità territoriali che costituiscono il valore aggiunto delle nostre mete termali.

In questo ambito si inseriscono le iniziative promozionali legate oltre che al turismo termale e di benessere, al turismo naturalistico e sportivo, turismo culturale ed enogastronomico.

---

#### 4.2. ANALISI DELLA FORMAZIONE EROGATA

---

Ogni documento politico-programmatico sul tema del turismo mette al centro della strategia complessiva il tema della “formazione professionale” ponendo l’acquisizione di competenze e capacità come condizione “sine qua non” di uno sviluppo armonico ed integrato del territorio e delle sue vocazioni turistiche.

A fronte di ciò si evidenzia però una certa difficoltà a trovare piani formativi organici di lungo periodo che riescano a tradurre con efficacia gli obiettivi politici in obiettivi operativi legati a bisogni specifici.

Le informazioni disponibili sono prettamente a carattere quantitativo e fanno capo al sistema informativo regionale.

La nostra attenzione, data la tipologia di ricerca, si è focalizzata prevalentemente sulla offerta formativa per **occupati** andando a vedere sia a livello regionale che a livello provinciale le tipologie di offerte, suddivise sulla base del **SISTEMA CLASSIFICATORIO DEI SETTORI**, sub comparti economici classificazione **ISFOL-ORFEO** che qui di seguito indichiamo:

1701	<b>AGENZIE E UFFICI TURISTICI</b>
1702	<b>ACCOMPAGNATORI, ANIMATORI</b>
1703	<b>VARIE (TURISMO)</b>
1804	<b>VARIE (SPETTACOLO SPORT E MASS MEDIA)</b>
2102	<b>RICEZIONE</b>
2103	<b>SALA E BAR</b>
2104	<b>CUCINA E RISTORAZIONE</b>
2105	<b>SERVIZI</b>
2106	<b>VARIE (INDUSTRIE ALBERGHERIA E RISTORAZIONE)</b>
2302	<b>FIERE E CONGRESSI</b>
2702	<b>VARIE (BENI CULTURALI)</b>

A livello generale, per quanto riguarda il settore turistico, la formazione erogata a livello Regionale (che comprende tutti i percorsi promossi dalla Provincia e quelli promossi dalla Regione) mostra un andamento di crescita a livello di offerta complessiva passando dai 164 corsi del 2005 ai 332 del 2008. Questo in linea di massima conferma il maggior peso attribuito, a livello di indirizzo regionale, alla qualificazione delle figure che operano a livello regionale nel comparto del turismo.

In crescita sono soprattutto i percorsi negli ambiti di “cucina e ristorazione”, fiere e congressi e ricezione.

**TABELLA RIASSUNTIVA DELLE ATTIVITÀ FORMATIVE APPROVATE PER  
SETTORI**

Settore	Anno				TOTALE
	2005	2006	2007	2008	
ACCOMPAGNATORI, ANIMATORI	17	9	1	2	29
AGENZIE E UFFICI TURISTICI	6	7	3	11	27
CUCINA E RISTORAZIONE	55	83	127	118	383
FIERE E CONGRESSI	2		4	1	7
RICEZIONE	4	9	3	17	33
SALA E BAR	9	14	12	17	52
SERVIZI	1	2	33	22	58
VARIE (BENI CULTURALI)			7	7	14
VARIE (INDUSTRIE ALBERGHERIA E RISTORAZIONE)	21	27	48	48	144
VARIE (SPETTACOLO SPORT E MASS MEDIA)				4	4
VARIE (TURISMO)	49	56	49	85	239
<b>Totale</b>	<b>164</b>	<b>207</b>	<b>287</b>	<b>332</b>	<b>990</b>

Fonte Regione Emilia Romagna elaborazione Artemis

L'analisi per tipologia formativa mostra poi, più nel dettaglio, un aumento di peso della formazione continua che passa da una percentuale di circa il 25% nel 2005 (42 su 164) ad una percentuale vicina al 50% nel 2008 (153 su 332).

TABELLA RIASSUNTIVA DELLE ATTIVITÀ FORMATIVE APPROVATE PER TIPOLOGIA FORMATIVA

TIPOLOGIA FORMATIVA	Anno					TOTALE
	2005	2006	2007	2008		
Persone , work-experience, tirocini	2	2	20	8		32
Persone, alta formazione post ciclo universitario	1	1	0	0		2
Persone, formazione all'interno dell'obbligo formativo	13	13	40	53		119
Persone, formazione all'interno dell'obbligo for. percorsi scolastici	27	44	63	52		186
Persone, formazione iniziale per adulti	26	44	28	22		120
Persone, formazione per la creazione d'impresa	0	5	0	7		12
Persone, formazione per occupati (o formazione continua)	42	50	121	153		366
Persone, formazione permanente	9	14	8	15		46
Persone, formazione post-qualifica	4	8	4	2		18
Persone, formazione superiore	35	25	1	16		77
Persone, formazione, IFTS (Istruzione e Formazione Tecnica Sup)	3	0	0	3		6
Persone, orientamento, consulenza e informazione	2	1	2	1		6
<b>Totale</b>	<b>164</b>	<b>207</b>	<b>287</b>	<b>332</b>		<b>990</b>

Fonte Regione Emilia Romagna elaborazione Artemis

Andando ad analizzare i dati relativi alla Provincia di Parma possiamo vedere che a fronte di una attività formativa complessiva rimasta sostanzialmente stabile negli anni (diversamente dalla regione) aumenta invece in modo sensibile il peso della formazione continua che, analogamente a quanto visto a livello di Regione, passa da 3 attività su 20 nel 2005 a 7 attività su 14 nel 2008.

Per quanto su un campione così piccolo abbia poco senso parlare di percentuali si passa comunque da un peso del 15% a un peso oltre il 60%.

**TABELLA RIASSUNTIVA DELLA PROVINCIA DI PARMA DEI CORSI APPROVATI  
NEL SETTORE TURISMO PER TIPOLOGIA FORMATIVA**

TIPOLOGIA FORMATIVA	Anno				Totale
	2005	2006	2007	2008	
Work-experience, tirocini	0	0	3	0	3
Orientamento, consulenza e informazione	0	0	1	0	1
Formazione per occupati ( formazione continua)	3	0	11	7	21
Formazione superiore	3	1	0	0	4
Formazione all'interno dell'obbligo formativo	4	3	0	0	7
Formazione iniziale per adulti	3	4	3	3	13
Formazione per la creazione d'impresa	0	1	0	0	1
Formazione permanente	7	4	2	1	14
	20	13	20	11	64

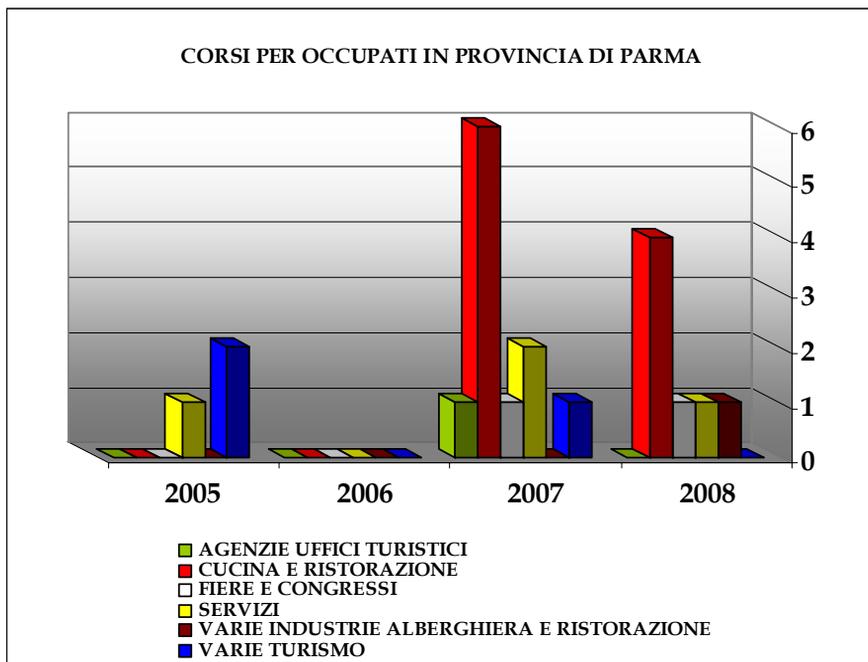
Fonte Regione Emilia Romagna elaborazione Artemis

E' comunque importante sottolineare che i lavoratori interessati da

percorsi di formazione continua sono percentualmente poco rilevanti (su circa 9.000 avviamenti registrati nel 2008 nel solo sottoinsieme “alberghi e ristoranti” fa riscontro poco più di un centinaio di persone formate).

Qualche informazione aggiuntiva viene dall’analisi svolta per tipologia corsuale; possiamo infatti notare come la parte principale delle attività sia incentrata in ambito “cucina e ristorazione”.

A partire dal 2007 sono stati introdotti anche percorsi in ambito turistico-congressuale, probabilmente in relazione all’avvio dell’Authority alimentare europea.



Fonte Regione Emilia Romagna elaborazione Artemis

A livello complessivo le poche informazioni reperite mostrano un peso della formazione continua piuttosto limitato rispetto al numero di lavoratori e quasi tutto incentrato sul settore di cucina e ristorazione.

Non abbiamo invece trovato canali informativi relativi alla formazione rivolta agli operatori dei servizi di accoglienza, uno degli obiettivi principali del PTPL.

L'aumento delle richieste pervenute ai servizi di informazione e accoglienza potrebbe essere indicatore indiretto, oltre che di un potenziamento di tali servizi e delle strategie complessive di marketing, anche di una certa efficacia a livello di intervento formativo.

# CONSIDERAZIONI CONCLUSIVE

L'analisi svolta costituisce una attività propedeutica all'identificazione di possibili ambiti di intervento formativo di qualificazione e riqualificazione; 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 indagine più analitica e di tipo qualitativo.

*Sul piano delle criticità rilevate* il primo dato che emerge è che, a fronte della grande disponibilità di dati relativi alle dinamiche dei flussi fa riscontro una notevole difficoltà ad ottenere dati organizzati sulla formazione e sui trend evolutivi dei bisogni.

Seguendo una prassi consolidata e generale, l'offerta formativa in essere viene costruita sostanzialmente su dati consuntivi o previsionali di natura quantitativa, mentre l'analisi qualitativa è demandata agli Enti di formazione (in quanto detentori di relazioni dirette con le imprese) che, non essendo tenuti a diffondere le informazioni acquisite, concorrono a mantenere un basso grado di conoscenza generale sulle dinamiche più specifiche dei bisogni.

A ciò si deve aggiungere la sostanziale mancanza di studi

previsionali di natura qualitativa in grado di fornire informazioni a forte valenza anticipatoria.

Un secondo dato di interesse è relativo al fatto che la formazione continua nel settore turistico, erogata attraverso i canali istituzionali, si rivolge sostanzialmente ad un numero esiguo di beneficiari che difficilmente possono determinare cambiamenti rilevanti in termini di culture e competenze su un piano più generale di settore/comparto.

Sul piano del sistema imprenditoriale la particolare tipologia di turismo di Parma (definita spesso di "elite" per la sua dimensione culturale e la sua vocazione internazionale) richiede, specialmente in un contesto recessivo, la sempre maggiore acquisizione di competenze evolute sia sul piano squisitamente manageriale che del marketing territoriale.

Ciò significa che per tradurre un contesto di crisi in una opportunità di crescita e riorganizzazione, occorre investire molto sulle competenze di natura gestionale e manageriale favorendo anche un ricambio generazionale accorto e pianificato che recuperi i valori e le culture che hanno caratterizzato lo sviluppo originario del tessuto imprenditoriale turistico e lo integri sul piano della innovazione.

Un ulteriore elemento emerso è rappresentato dal fatto che il

processo in essere di progressiva variabilizzazione di costi fissi potrebbe generare un aumento di forme di precariato con il rischio che si innestino circoli viziosi di disequilibrio nella dinamica domanda/offerta.

Ne discende che il ruolo della formazione dovrà essere più potenziato nella direzione di un bilanciamento di questi effetti attraverso processi di rafforzamento delle competenze.

Sulla base di alcune criticità evidenziate è possibile identificare alcune piste di lavoro che possano rappresentare anche ambiti di indagine per successive ricerche di tipo qualitativo.

AMBITI	SPECIFICHE
<p><b>Analisi bisogni operatori del comparto "termale e benessere"</b></p>	<p>Data la rilevanza strategica del comparto occorre sviluppare una analisi di dettaglio dei bisogni coinvolgendo imprenditori, responsabili del personale e operatori per comprendere le dinamiche evolutive del settore e prevenire il rischio di obsolescenza dell'offerta.</p> <p>Occorre altresì identificare le figure professionali emergenti anche in ottica comparata.</p>

<p><b>Analisi dei bisogni personale alberghiero</b></p>	<p>Comprendere in dettaglio quali sono i nuovi bisogni emergenti e se sono ancora coerenti con il sistema delle qualifiche regionali.</p> <p>Verificare se ci può essere permeabilità fra ambito alberghiero ed extralberghiero.</p>
<p><b>Analisi dei bisogni personale extra-alberghiero</b></p>	<p>Quali nuovi bisogni di competenze ha generato questa crescita determinata da spirito imprenditoriale?</p> <p>Necessità di fare indagini di tipo qualitativo per comprendere la tipologia di lavoratori, i tipi di contratto nonché le competenze richieste.</p>
<p><b>Intervento sulle competenze gestionali e manageriali per rafforzare il tessuto delle imprese turistiche</b></p>	<p>Mettere a punto percorsi rivolti al management fornendo conoscenze e competenze di natura economica, gestionale e manageriale.</p>
<p><b>Azioni di qualificazione per ex-dipendenti del settore ora inquadriati con contratti flessibili/precari</b></p>	<p>Fornire competenze sia tecnico-professionali che trasversali per renderli in grado di affrontare situazioni ad elevato grado di incertezza.</p>

<p><b>Tradurre in un progetto organico l'ipotesi di una strategia di marketing centrata sulla "marca Parma"</b></p>	<p>Cosa occorre per tradurre un obiettivo in una prassi?</p> <p>Quale ruolo dovrà avere la nuova struttura e quali competenze specifiche dovranno possedere i suoi operatori?</p> <p>E' ipotizzabile pensare che questa struttura possa avere un ruolo anche nella rilevazione di bisogni e competenze?</p>
<p><b>Elaborare un progetto formativo globale legato all'accoglienza valutandone la fattibilità economica (in linea con l'obiettivo programmatico di coinvolgere, attraverso la leva della formazione, oltre a chi lavora nel settore anche le comunità e tutti gli addetti al contatto)</b></p>	<p>Un intervento così pervasivo richiederebbe forti investimenti in termini formativi, molto più alto di quanto fatto fino ad ora.</p> <p>E' un obiettivo perseguibile in un contesto di diminuzione delle risorse per la formazione?</p> <p>Come e dove reperire risorse anche di natura privata?</p>

Ogni ambito identificato rappresenta una ipotesi di intervento articolata su cui costruire azioni formative organiche e coerenti coinvolgendo i vari attori a livello locale e Provinciale così come già ipotizzato nella parte conclusiva della precedente ricerca nella misura in cui si faceva riferimento alla necessità di intraprendere azioni sistemiche a forte valenza operativa e di "concretezza".



# ALLEGATO 1 DATI INPS

L'INPS svolge, si può dire da sempre, una intensa attività statistica che si esplicita formalmente attraverso il mezzo di diffusione di tipo tradizionale, cioè lo strumento delle pubblicazioni.

Già da alcuni anni è nata la duplice esigenza di allargare il campo di indagine anche a fenomeni non strettamente previdenziali e di introdurre mezzi di diffusione più flessibili, più in linea con l'evoluzione del sistema informatico.

E' prevalso, pertanto, l'orientamento a costruire e gestire banche dati statistiche consultabili in via telematica, sia da parte delle strutture interne dell'INPS, che da parte di utenti esterni, prima mediante collegamento telematico in linea e, di recente, per mezzo di Internet.

- **Osservatorio sulle imprese, occupati dipendenti del settore privato non agricolo e retribuzioni medie annue di operai e impiegati**

L'Osservatorio su imprese, lavoratori dipendenti e retribuzioni riguarda, ad esclusione dei settori dell'agricoltura e della Pubblica amministrazione: serie storiche quinquennali degli stock e dei movimenti strutturali delle imprese non agricole con personale dipendente e degli stock e flussi occupazionali, disaggregate per territorio, settore di attività economica e dimensione aziendale; serie storiche quinquennali delle retribuzioni medie annue degli operai e degli impiegati e rispettivi numeri indici.

I dati disponibili ad oggi sono: **Imprese e Occupati**

**Osservatorio Imprese e Occupati - Provincia di Parma ANNO 2005**  
**Classe Ateco81 PUBBLICI ESERCIZI E ALBERGHI;**

sospesa	Consistenz a fine periodo imprese	Consistenz a fine periodo dipendenti	Avvii di attività numero imprese	Avvii di attività numero dipendenti	Cessazioni di attività numero imprese	Cessazioni di attività numero dipendenti	Variazione dipendenti	Saldo totale imprese	Saldo totale dipendenti	Posti lavoro creati		Posti lavoro distrutti		Altre variazioni positive dipendenti	Altre variazioni negative imprese	Altre variazioni negative dipendenti
										numero imprese	numero dipendenti	numero imprese	numero dipendenti			
1-5	750	1.527	108	195	90	148	-66	18	-19	105	151	160	217	0	0	0
6-9	84	609	6	44	5	37	-64	1	-57	23	36	46	100	0	0	0
10-19	47	596	3	45	3	40	-65	0	-60	11	24	21	62	0	0	27
20-49	13	351	1	41	3	76	-57	-2	-92	4	21	9	56	0	0	22
50-99	2	123	0	0	0	0	10	0	10	1	10	0	0	0	0	0
100-199	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
200-499	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
500-999	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1000 e >	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTALE</b>	<b>1.092</b>	<b>3.206</b>	<b>146</b>	<b>325</b>	<b>131</b>	<b>301</b>	<b>-147</b>	<b>15</b>	<b>-123</b>	<b>184</b>	<b>317</b>	<b>236</b>	<b>435</b>	<b>3</b>	<b>20</b>	<b>49</b>

▪ **Osservatorio dei Lavoratori dipendenti del settore non agricolo:**

L'Osservatorio consente l'analisi dei principali fattori che caratterizzano il lavoro dipendente privato non agricolo assicurato presso l'INPS, cioè:

- Numero di lavoratori nell'anno;
- Retribuzione nell'anno;
- Numero di giornate retribuite nell'anno;
- Numero di settimane retribuite nell'anno;
- Numero di settimane utili nell'anno.

In specifico il numero di giornate retribuite, il numero di settimane retribuite ed il numero di settimane utili sono la somma dei relativi valori dei singoli rapporti di lavoro. Per settimana deve intendersi il periodo che inizia con la domenica e termina con il sabato. È sufficiente un solo giorno di lavoro retribuito perché si abbia una settimana retribuita. Nella generalità dei casi un anno di lavoro retribuito è pari a 52 settimane o 312 giornate, pertanto questo criterio è stato utilizzato come standard nella costruzione dell'Osservatorio.

Le settimane utili indicano le settimane effettivamente utili ai fini del calcolo della prestazione pensionistica. Nel caso di rapporto di lavoro a tempo pieno sono pari alle settimane retribuite. Nel caso di rapporto di lavoro a tempo parziale il datore di lavoro le determina dividendo il numero delle ore complessivamente retribuite nell'anno solare per lavoro a tempo parziale per il numero delle ore che costituiscono l'orario ordinario settimanale previsto dal

contratto di lavoro a tempo pieno.

I dati disponibili ad oggi sono: **Lavoratori dipendenti**

PROVINCIA DI PARMA						
Pubblici esercizi ed esercizi alberghieri						
ANNO 2004						
	NUMERO LAVORATORI NELL'ANNO	RETRIBUZIONE NELL'ANNO	NUMERO GIORNATE RETRIBUITE NELL'ANNO	NUMERO LAVORATORI NELL'ANNO	RETRIBUZIONE NELL'ANNO	NUMERO GIORNATE RETRIBUITE NELL'ANNO
Operai	4,975	47.051.424	990,508	4,975	47.051.424	990,508
Impiegati	400	6.459.335	99,86	400	6.459.335	99,86
Quadri	31	1.313.572	9,307	31	1.313.572	9,307
Dirigenti	2	152,806	624	2	152,806	624
Apprendisti	712	5.041.649	122,89	712	5.041.649	122,89
Altro	.	.	.	.	.	.
<b>TOTALE</b>	<b>6,12</b>	<b>60.018.786</b>	<b>1.223.189</b>	<b>6,12</b>	<b>60.018.786</b>	<b>1.223.189</b>

### **Osservatorio dei Parasubordinati**

Nell'Osservatorio sono riportate informazioni sui lavoratori contribuenti alla Gestione separata di cui all'art.2, comma 26, della legge n.335/1995 (c.d. lavoratori parasubordinati).

L'Osservatorio si compone di tre sezioni: contribuenti professionisti, contribuenti collaboratori, dettagli contribuenti collaboratori.

L'unità statistica è rappresentata dal lavoratore che ha avuto almeno un versamento contributivo per lavoro parasubordinato nel corso dell'anno.

Se il versamento dei contributi è effettuato dal lavoratore stesso, con il meccanismo degli acconti e saldi negli stessi termini previsti per i versamenti IRPEF, questi viene classificato come "professionista". Se invece il versamento dei contributi è effettuato dal committente (persona fisica o soggetto giuridico), entro il mese successivo a quello di corresponsione del compenso, il lavoratore viene classificato come "collaboratore".

Nei pochi casi in cui per lo stesso lavoratore sono presenti entrambe le tipologie di versamento si è adottata la classificazione con contribuzione maggiore.

I dati disponibili ad oggi sono:

DETTAGLIO LAVORATORI PARASUBORDINATI PROVINCIA DI PARMA ANNO 2007								
SESSO	Maschi			Femmine			TOTALE	
	<u>Numero Contribuenti</u>	<u>Contributi</u>	<u>Redditi</u>	<u>Numero Contribuenti</u>	<u>Contributi</u>	<u>Redditi</u>	<u>Numero Contribuenti</u>	<u>Contributi</u> <u>Redditi</u>
<25	340	450.977	2.070.132	491	392.108	1.703.917	831	843.085 3.774.049
25-29	918	2.298.810	11.048.146	1.074	2.085.811	10.117.381	1.992	4.384.620 21.165.527
30-39	2.278	9.995.124	49.022.529	1.718	4.850.283	23.509.906	3.996	14.845.407 72.532.435
40-49	2.235	13.729.399	68.360.126	1.036	3.664.794	17.785.476	3.271	17.394.193 86.145.603
50-59	1.785	11.013.287	55.237.033	599	2.563.371	12.698.189	2.384	13.576.658 67.935.222
60+	2.050	9.577.439	54.459.330	446	1.687.586	9.251.265	2.496	11.265.024 63.710.595
<b>TOTALE</b>	<b>9.606</b>	<b>47.065.036</b>	<b>240.197.296</b>	<b>5.364</b>	<b>15.243.952</b>	<b>75.066.135</b>	<b>14.970</b>	<b>62.308.987</b> <b>315.263.431</b>

Finito di stampare nel mese di luglio 2009  
dalla Tipolitografia CSR - Via di Pietralata, 157 - 00158 Roma  
Tel. 064182113 (r.a.) - Fax 064506671

