

















**ELEVA**

La qualità professionale

**ATTIVA**

Interventi di sostegno al reddito

**FAVORISCE**

L'incontro tra domanda e offerta

**ANALIZZA**

Il mondo del turismo e formula proposte



**Ente Bilaterale Nazionale Turismo**

Via Lucullo 3 00187 ROMA  
 Tel. +39 06 42012372 Fax + 39 06 24012404  
 www.ebnt.it info@ebnt.it

## Capitolo 1

le aziende intervistate  
e lo scenario di riferimento



Hanno partecipato all'indagine 955 imprese turistico ricettive, tra cui 906 alberghi e 49 appartenenti ad altre tipologie.

**Tab. 1 – composizione del campione**

	numero esercizi	numero camere	numero letti	n. camere per esercizio	n. letti per esercizio
alberghi 5 stelle	7	452	715	64,57	102,14
alberghi 4 stelle	210	13399	24899	63,80	118,57
alberghi 3 stelle	535	19190	34733	35,87	64,92
alberghi 2 stelle	118	2705	4898	22,92	41,51
alberghi 1 stella	36	595	1059	16,53	29,42
<b>totale alberghi</b>	<b>906</b>	<b>36.341</b>	<b>66.304</b>	<b>40,11</b>	<b>73,18</b>
bed and breakfast	14	54	59	3,85	4,21
ostelli	5	72	307	14,40	61,40
affittacamere	7	60	100	8,57	14,29
agriturismi	9	65	147	7,22	16,33
case per vacanze	12	135	75	11,25	6,25
dimore storiche	2	47	96	23,50	48,00
<b>totale altri</b>	<b>49</b>	<b>433</b>	<b>784</b>	<b>8,83</b>	<b>16,00</b>
<b>totale generale</b>	<b>955</b>	<b>36.801</b>	<b>67.088</b>	<b>38,54</b>	<b>70,25</b>

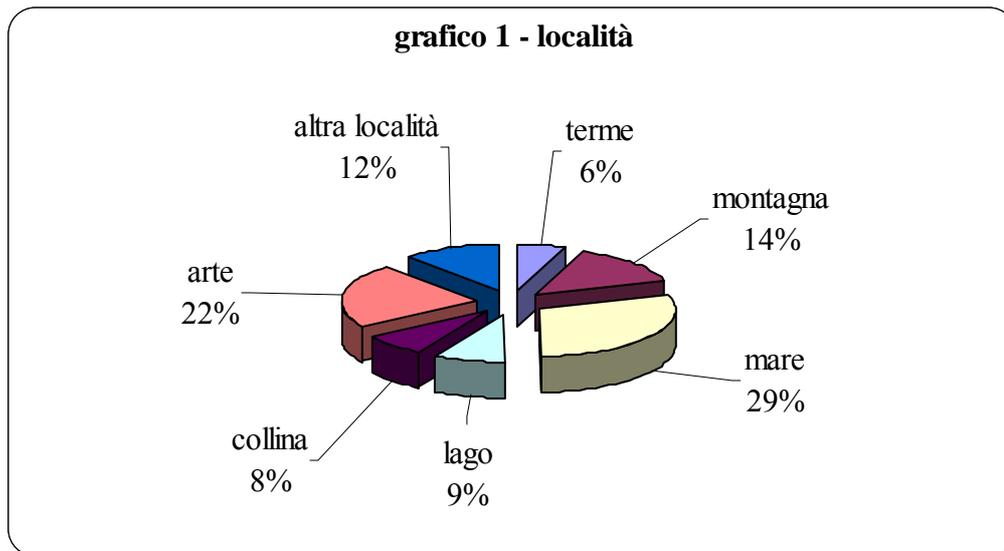
Operando un raffronto tra la composizione del campione e l'universo degli esercizi alberghieri italiani si rileva che:

- i 906 alberghi che hanno partecipato all'indagine rappresentano il 2,64% del totale degli esercizi e il 3,37% delle camere;
- gli alberghi classificati a 5, 4 e 3 stelle costituiscono l'83% del campione (a fronte del 66% dell'universo);
- la dimensione degli alberghi del campione (40 camere e 73 letti in media per esercizio) è superiore alla media degli alberghi dell'universo (31 camere e 64 letti).

**Tab. 2 – struttura degli esercizi alberghieri italiani**

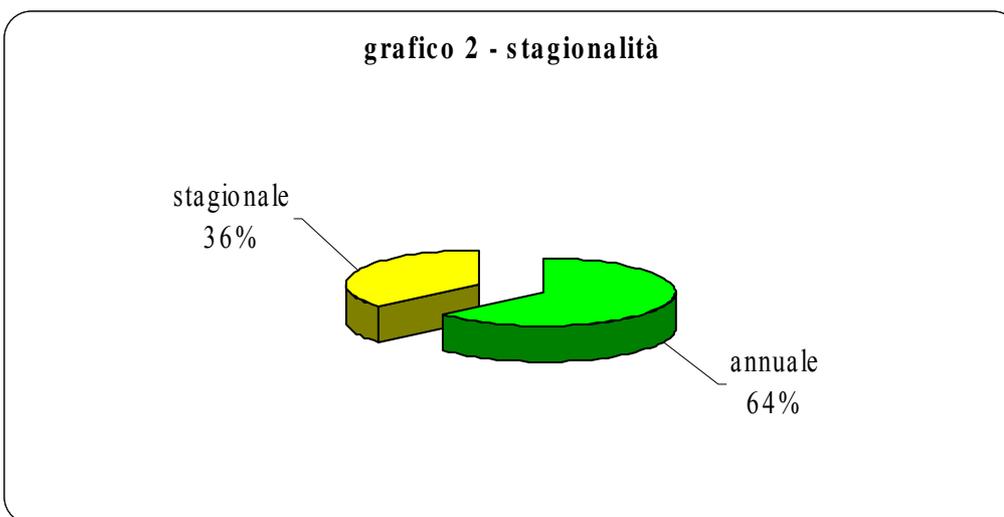
	numero esercizi	numero camere	numero letti	n. camere per esercizio	n. letti per esercizio
alberghi 5 stelle	315	26.568	56.208	84,34	178,44
alberghi 4 stelle	4.623	307.510	635.901	66,52	137,55
alberghi 3 stelle	17.722	566.483	1.174.247	31,96	66,26
alberghi 2 stelle	7.196	124.145	234.330	17,25	32,56
alberghi 1 stella	4.299	54.759	101.152	12,74	23,53
<b>totale alberghi</b>	<b>34.155</b>	<b>1.079.465</b>	<b>2.201.838</b>	<b>31,60</b>	<b>64,47</b>

Può esser utile ricordare che le strutture ricettive maggiori (per dimensione e per categoria) sono quelle in cui tende a concentrarsi l'occupazione dipendente, principale destinataria degli interventi formativi oggetto dell'indagine.



Circa il 29% delle strutture ricettive intervistate opera in località marine. Seguono, in ordine di rilevanza, le città d'arte (22%) e le località montane (14%).

Il 64% delle strutture ricettive intervistate è di tipo annuale (attività aperta al pubblico per tutto l'anno), mentre il 36% è di tipo stagionale (aperta solo in alcuni periodi).



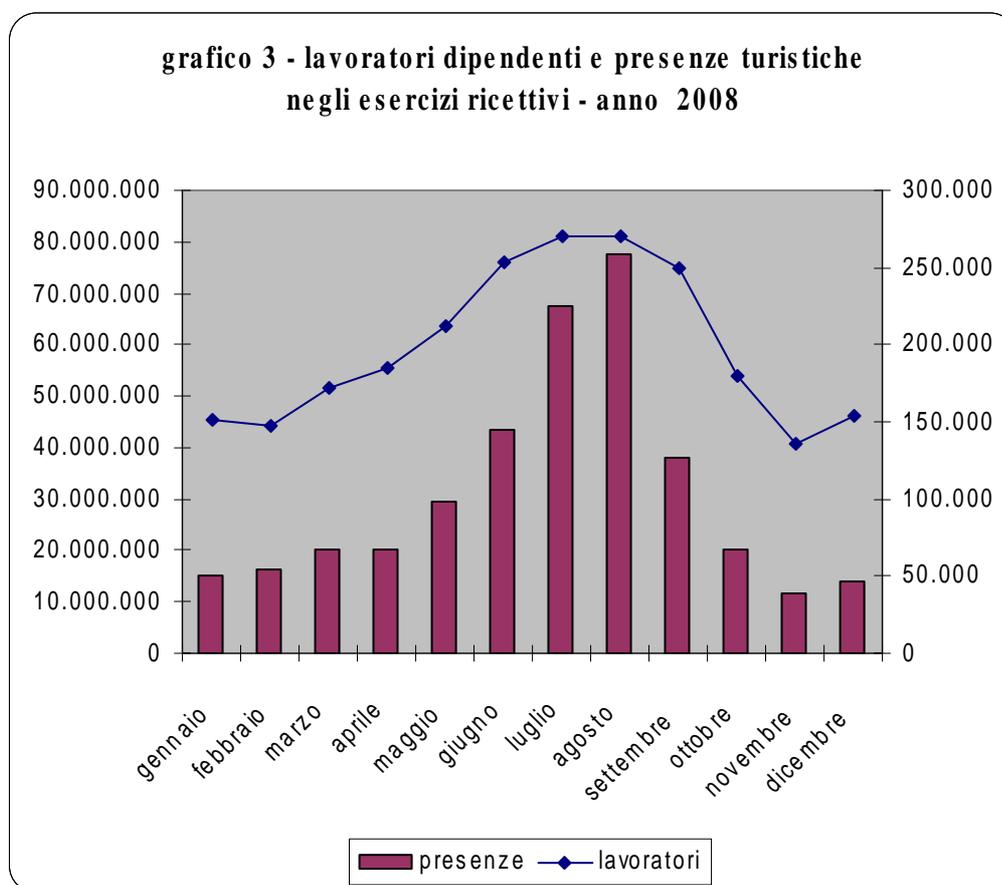
Nelle 955 strutture intervistate lavorano 12.436 persone. L'organico medio è costituito da 13 persone, di cui 5 lavoratori dipendenti occupati a tempo indeterminato, 6 dipendenti assunti a tempo determinato e 2 lavoratori autonomi.

La preponderanza del numero dei lavoratori assunti a tempo determinato costituisce la diretta conseguenza del carattere strutturalmente stagionale delle attività turistiche, per le quali l'oscillazione della domanda di mercato costituisce un dato ineluttabile, che impone l'adozione di modelli organizzativi capaci di notevole adattabilità.

**Tab. 3 – organico medio delle strutture ricettive intervistate**

	totale generale	media aritmetica	%
dipendenti a tempo indeterminato	4.585	4,80	36,87%
dipendenti a tempo determinato	5.487	5,75	44,12%
apprendisti	486	0,51	3,91%
lavoratori autonomi	1.878	1,97	15,10%
totale organico	12.436	13,02	100,00%

L'indagine dimostra come il fenomeno non interessi unicamente le strutture stagionali in senso stretto; si nota infatti che i lavoratori a tempo determinato costituiscono più del cinquanta per cento del complesso dei dipendenti occupati presso le aziende intervistate, mentre solo il 36% di tali aziende chiude i battenti per una parte dell'anno.



La stagionalità dell'occupazione induce la domanda di servizi formativi ad esprimersi in termini anticiclici (cioè durante i periodi di bassa stagione o, comunque, di minor lavoro per l'azienda e di disoccupazione per il lavoratore).

Merita evidenziare come non sempre tale esigenza trovi un'adeguata risposta nel sistema di regole che disciplinano l'accesso agli incentivi per la formazione.



## Capitolo 2

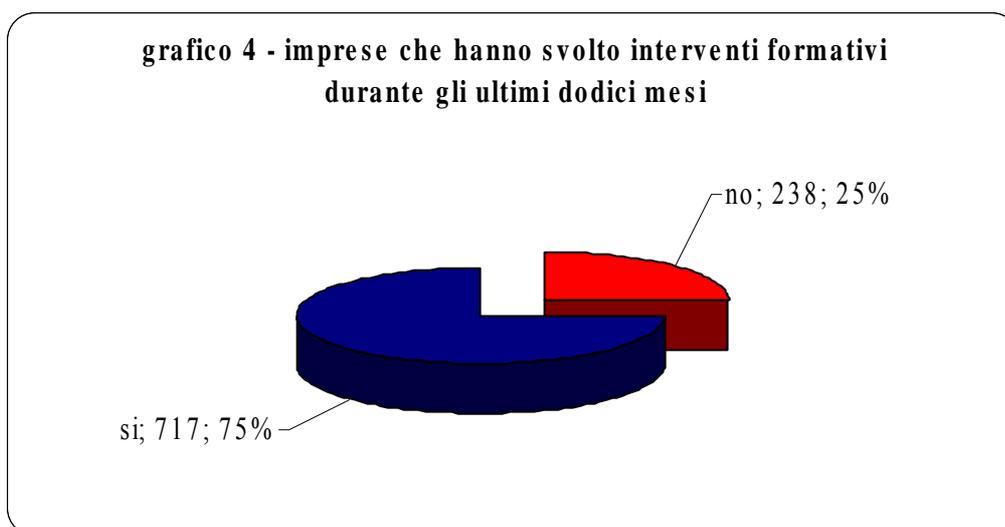
gli interventi formativi svolti  
e quelli programmati



La prima parte dell'indagine è stata orientata a censire i comportamenti, rilevando gli interventi formativi che le strutture ricettive hanno effettivamente realizzato nel corso dell'anno appena trascorso, nonché gli interventi che i medesimi soggetti prevedono di svolgere nel corso dei successivi dodici mesi.

Oltre il 75% delle imprese intervistate (717 su 955) ha svolto almeno un intervento formativo nel corso dei dodici mesi precedenti.

Il dato fotografa la particolare attenzione che le imprese ricettive dedicano allo sviluppo delle risorse umane, mosse dalla consapevolezza che la qualità del servizio costituisce un fattore strategico per competere sui mercati e che tale qualità si realizza anche e soprattutto mediante investimenti sulla qualità del lavoro.



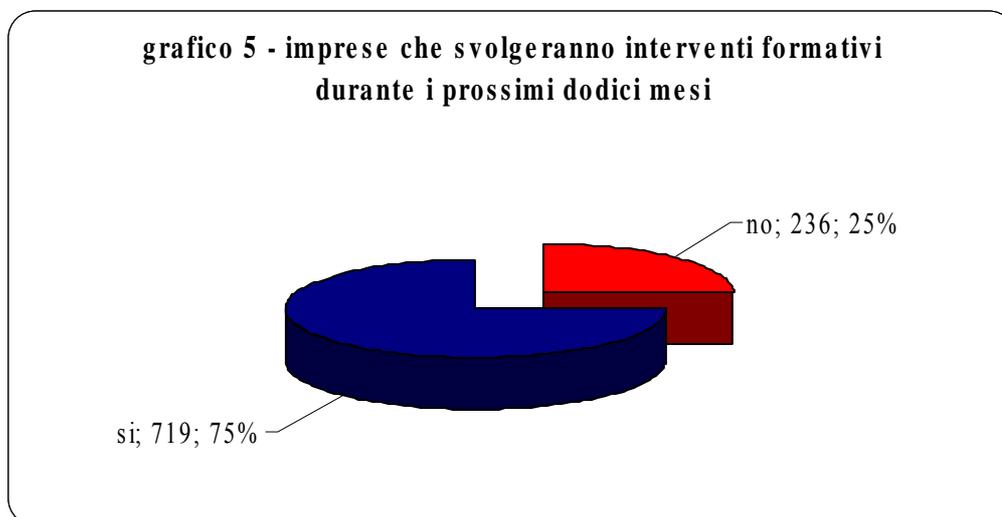
I reparti aziendali maggiormente interessati da tali interventi sono il ricevimento (quasi il 46% delle imprese intervistate ha investito sulla formazione degli addetti a questa funzione), la cucina (30%), la sala e il bar (28%), il marketing e le vendite (21,3%), la direzione (21,3%).

**Tab. 4 – attività formative svolte durante gli ultimi dodici mesi**

ricevimento	438	45,9%
cucina	286	29,9%
sala e bar	266	27,9%
marketing e vendite	203	21,3%
direzione	203	21,3%
piani	168	17,6%
amministrazione e finanza	90	9,4%
manutenzione	84	8,8%
fitness e spa	43	4,5%
meeting e congressi	37	3,9%
altri	19	2,0%
n. esercizi intervistati	955	100,0%

Il numero di strutture ricettive che effettueranno interventi formativi nel corso dei prossimi dodici mesi si attesta ai medesimi livelli elevati registrati nell'anno appena trascorso.

Il dato conferma la consapevolezza dell'importanza della formazione continua, destinata ad accompagnare il lavoratore e l'impresa lungo tutto l'arco della vita.



L'analisi dei reparti che saranno interessati da interventi formativi conferma al primo posto il ricevimento, area cruciale per il governo delle relazioni con clienti e fornitori, seguite dalle funzioni dell'area food (cucina, sala, bar), decisive nella costruzione di un'offerta enogastronomica capace di connotarsi per le tipicità nazionali.

**Tab. 5 – attività formative programmate per i prossimi dodici mesi**

ricevimento	427	44,7%
sala e bar	294	30,8%
cucina	266	27,9%
marketing e vendite	257	26,9%
direzione	253	26,5%
piani	209	21,9%
amministrazione e finanza	143	15,0%
manutenzione	84	8,8%
meeting e congressi	77	8,1%
fitness e spa	62	6,5%
altri	20	2,1%
n. esercizi intervistati	955	100,0%

## Capitolo 3

gli argomenti  
di maggiore interesse



La seconda parte dell'indagine ha rilevato il grado di interesse che le imprese manifestano verso i contenuti degli interventi formativi.

E' stata focalizzata l'attenzione su diciotto argomenti, chiedendo agli intervistati di manifestare il proprio grado di interesse per ciascuno di essi, selezionando una delle seguenti opzioni: interesse basso; interesse medio basso; interesse medio alto; interesse alto.

Si precisa che è stata richiesta una risposta anche a coloro che al momento non programmano di partecipare a un corso concernente la materia.

**Tab. 6 - grado di interesse per i diversi argomenti**

	alto	medio alto	medio basso	basso	non risponde
web marketing	344	256	83	96	176
customer care	216	235	116	117	271
qualità	272	276	115	68	224
revenue management	207	210	124	122	292
benchmarking	113	171	162	154	355
controllo di gestione	199	250	141	104	261
organizzazione del personale	185	254	135	122	259
tecniche professionali per il reparto piani	113	205	187	149	301
tecniche professionali per la cucina	131	215	123	177	309
tecniche professionali per la sala e il bar	125	217	157	146	310
lingue straniere	232	259	124	92	248
lingua italiana per stranieri	42	82	125	312	394
prevenzione incendi	162	242	163	128	260
sicurezza sul lavoro	178	266	151	116	244
primo soccorso	172	256	159	121	247
haccp	156	251	155	135	258
formazione sostitutiva del libretto sanitario	113	208	154	192	288
formazione obbligatoria per gli apprendisti	90	149	145	231	340
riepilogo delle indicazioni espresse	3.050	4.002	2.519	2.582	5.037

Nonostante la complessità di questa sezione del questionario, il tasso di partecipazione è stato significativamente alto (oltre il 70%), facendo registrare la formulazione di 12.153 manifestazioni di interesse (da rapportare ad un limite massimo di 17.190, cioè 18 risposte per ciascuno dei 955 intervistati).

Il 93% delle imprese ha manifestato interesse per almeno uno degli argomenti proposti; il 47% ha espresso la propria opinione in merito a tutti e diciotto gli argomenti proposti.

L'argomento che ha provocato il maggior numero di risposte è il web marketing (779 risposte). L'argomento che ha suscitato il minor numero di risposte (561) è la lingua italiana per stranieri.

Dopo aver fornito il quadro analitico delle risposte (tabella 6), allo scopo di facilitare la lettura dei dati, è stata elaborata la tabella 7, che accorpa le indicazioni fornite dalle aziende e le elenca in ordine di preferenza, considerando due categorie:

- interesse maggiore (risultante dalla somma tra le risposte “alto” e “medio alto”);
- interesse minore (risultante dalla somma tra le risposte “medio basso” e “basso”).

**Tab. 7 - grado di interesse per i diversi argomenti**

	interesse maggiore		interesse minore	
	(v.a.)	(%)	(v.a.)	(%)
web marketing	600	77,02%	179	22,98%
qualità	548	74,97%	183	25,03%
lingue straniere	491	69,45%	216	30,55%
customer care	451	65,94%	233	34,06%
controllo di gestione	449	64,70%	245	35,30%
sicurezza sul lavoro	444	62,45%	267	37,55%
organizzazione del personale	439	63,07%	257	36,93%
primo soccorso	428	60,45%	280	39,55%
revenue management	417	62,90%	246	37,10%
haccp	407	58,39%	290	41,61%
prevenzione incendi	404	58,13%	291	41,87%
tecniche professionali per la cucina	346	53,56%	300	46,44%
tecniche professionali per la sala e il bar	342	53,02%	303	46,98%
formazione sostitutiva del libretto sanitario	321	48,13%	346	51,87%
tecniche professionali per il reparto piani	318	48,62%	336	51,38%
benchmarking	284	47,33%	316	52,67%
formazione obbligatoria per gli apprendisti	239	38,86%	376	61,14%
lingua italiana per stranieri	124	22,10%	437	77,90%

Si precisa che il valore percentuale indicato in tabella è stato calcolato assumendo a riferimento il complesso delle risposte fornite in relazione ad ogni singolo argomento.

Gli argomenti che suscitano il maggior interesse sono il web marketing e la qualità, ai quali guardano con attenzione rispettivamente il 77% e il 75% di coloro che hanno risposto alle specifiche domande. Seguono, nell'ordine, lingue straniere (69%) e customer care (66%).

Un significativo grado di interesse è espresso anche in relazione a tematiche gestionali (controllo di gestione: 65%; organizzazione del personale: 63%; revenue management: 63%) e all'area dell'igiene e sicurezza (sicurezza sul lavoro: 62%; primo soccorso: 60%; haccp: 58%; prevenzione incendi: 58%; è notevolmente inferiore l'interesse dedicato alla formazione sostitutiva del libretto sanitario: 48%).

Circa il 50% degli intervistati esprime interesse per gli interventi formativi concernenti le tecniche professionali e per il benchmarking. Chiudono la graduatoria la formazione obbligatoria per gli apprendisti (39%) e la lingua italiana per i lavoratori stranieri (22%).

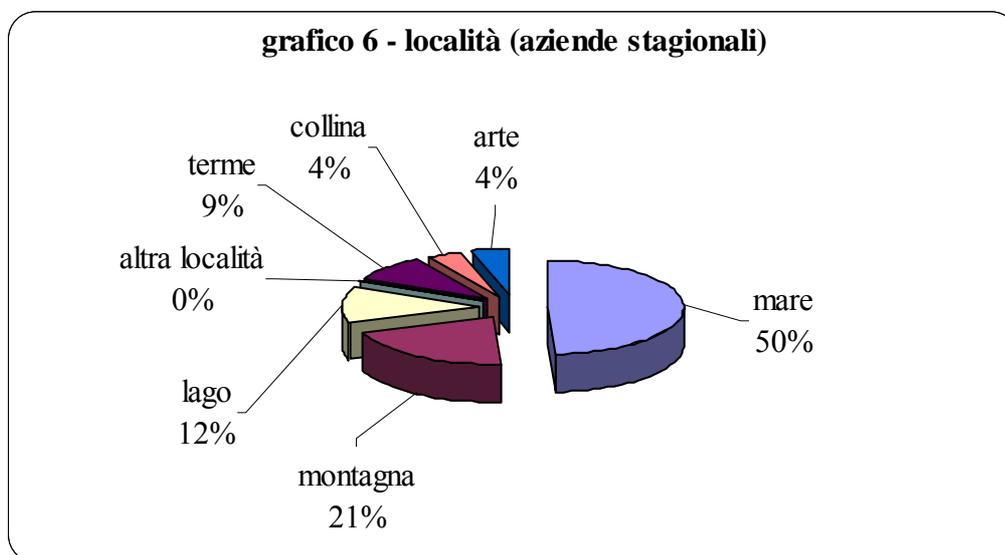
## Capitolo 4

focus  
sulla stagionalità



Alcune elaborazioni sono state effettuate assumendo a riferimento unicamente le risposte fornite dalle 359 aziende che hanno dichiarato di essere aperte al pubblico solo in alcuni periodi dell'anno.

Si tratta di aziende che operano in prevalenza in località marine (50% delle aziende stagionali), montane (21%), lacuali (12%) e termali (9%).



**Tab. 8 – composizione del campione (aziende stagionali)**

	numero esercizi	numero camere	numero letti	n. camere per esercizio	n. letti per esercizio
alberghi 5 stelle	4	136	411	34,00	102,75
alberghi 4 stelle	55	1654	6460	30,07	117,45
alberghi 3 stelle	203	8394	14972	41,35	73,75
alberghi 2 stelle	56	1654	3113	29,54	55,59
alberghi 1 stella	8	136	277	17,00	34,63
<b>totale alberghi</b>	<b>326</b>	<b>11.974</b>	<b>25.233</b>	<b>36,73</b>	<b>77,40</b>
bed and breakfast	6	19	20	3,17	3,33
ostelli	2	20	126	10,00	63,00
affittacamere	3	19	40	6,33	13,33
agriturismi	1	10	20	10,00	20,00
case per vacanze	3	60	n. d.	20,00	n. d.
<b>totale altri</b>	<b>15</b>	<b>128</b>	<b>206</b>	<b>8,53</b>	<b>13,73</b>
<b>totale generale</b>	<b>341</b>	<b>12.102</b>	<b>25.439</b>	<b>35,49</b>	<b>74,60</b>

Anche le aziende stagionali del campione evidenziano una dimensione superiore alla media degli esercizi alberghieri italiani (cfr. tabelle 1 e 2); merita peraltro segnalare come, nel confronto con la generalità delle aziende intervistate, gli alberghi stagionali si connotano per un minor numero di camere per esercizio (37 anziché 40) e un maggior numero di posti letto (77 contro 73).

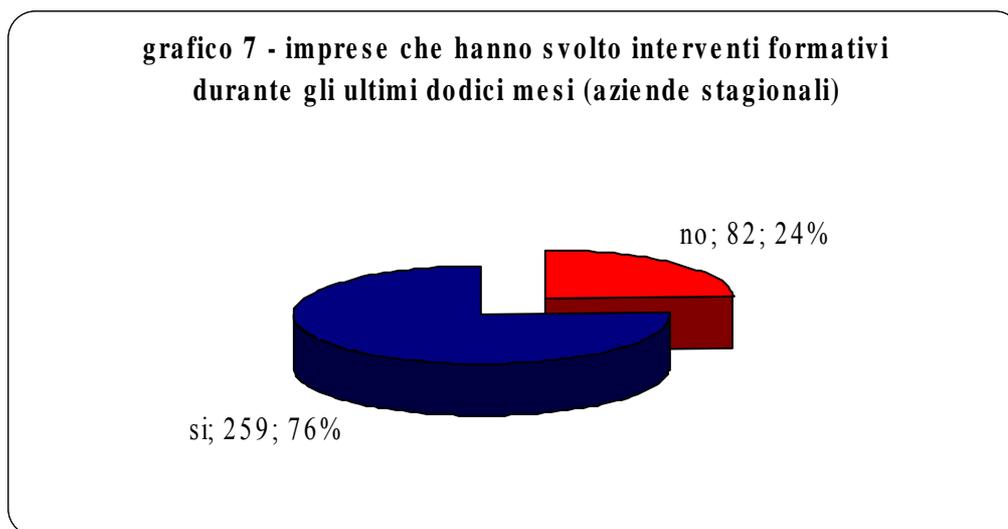
**Tab. 9 – organico medio delle strutture ricettive intervistate (aziende stagionali)**

	totale generale	media aritmetica	%
dipendenti a tempo indeterminato	740	2,06	13,57%
dipendenti a tempo determinato	3.768	10,50	69,11%
apprendisti	215	0,60	3,94%
lavoratori autonomi	729	2,03	13,37%
totale organico	5.452	15,19	100,00%

Nelle 341 strutture intervistate lavorano 5.452 persone. L'organico medio è costituito da 15 persone, di cui 11 lavoratori dipendenti occupati a tempo determinato, 2 dipendenti assunti a tempo indeterminato, 2 lavoratori autonomi ed un apprendista.

Si nota una dimensione media degli organici superiore a quella delle aziende ad apertura annuale (cfr. tabella 3), anche se ovviamente concentrata nell'area dei rapporti a tempo determinato. Il fenomeno si spiega con la necessità di disporre di un numero rilevante di persone, per un periodo di tempo limitato.

Il 76% delle aziende stagionali che hanno partecipato all'indagine (259 su 341) ha svolto almeno un intervento formativo nel corso dei dodici mesi precedenti l'intervista.

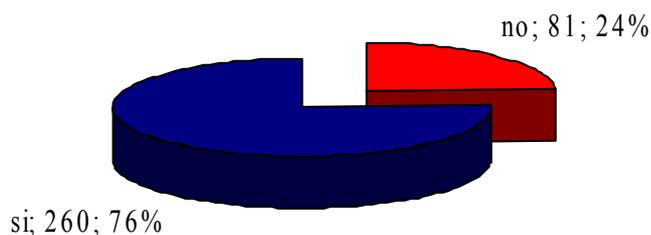


I reparti aziendali maggiormente interessati da tali interventi sono il ricevimento (41,6%), la cucina (35,8%), la sala e il bar (31,43%), la direzione (26,1%), il marketing (24%).

**Tab. 10 – attività formative svolte durante gli ultimi dodici mesi (aziende stagionali)**

ricevimento	142	41,6%
cucina	122	35,8%
sala e bar	107	31,4%
direzione	89	26,1%
marketing e vendite	82	24,0%
piani	58	17,0%
manutenzione	35	10,3%
amministrazione e finanza	30	8,8%
fitness e spa	24	7,0%
meeting e congressi	5	1,5%
altri reparti (specificare)	5	1,5%
n. esercizi	341	100,0%

**grafico 8 - imprese che svolgeranno interventi formativi durante i prossimi dodici mesi (aziende stagionali)**



**Tab. 11 – attività formative programmate per i prossimi dodici mesi**

ricevimento	136	39,9%
cucina	126	37,0%
sala e bar	113	33,1%
direzione	99	29,0%
marketing e vendite	97	28,4%
piani	87	25,5%
amministrazione e finanza	51	15,0%
manutenzione	36	10,6%
fitness e spa	29	8,5%
meeting e congressi	14	4,1%
altri	6	1,8%
n. esercizi	341	100,0%

Anche le aziende stagionali hanno fatto segnare un alto tasso di partecipazione alla sezione del questionario concernente gli argomenti di principale interesse. Sono state espresse 4.360 manifestazioni di interesse, pari al 70% del limite massimi (6.341, cioè 18 risposte per ciascuno dei 341 intervistati).

Il 93% delle imprese ha manifestato interesse per almeno uno degli argomenti proposti; il 46% ha espresso la propria opinione in merito a tutti e diciotto gli argomenti proposti.

L'argomento che ha provocato il maggior numero di risposte è il web marketing (276 risposte). L'argomento che ha suscitato il minor numero di risposte (205) è la lingua italiana per stranieri.

I due estremi coincidono con quanto rilevato per la generalità delle aziende, mentre alcune differenze si riscontrano in merito ai valori intermedi.

**Tab. 12 - grado di interesse per i diversi argomenti**

	alto	medio alto	medio basso	basso	non risponde
web marketing	126	89	28	33	65
customer care	78	78	38	41	106
qualità	94	104	19	36	88
revenue management	69	73	38	47	114
benchmarking	40	63	47	58	133
controllo di gestione	75	94	26	55	91
organizzazione del personale	68	97	34	52	90
tecniche professionali per il reparto piani	46	74	46	72	103
tecniche professionali per la cucina	61	91	44	50	95
tecniche professionali per la sala e il bar	58	79	39	62	103
lingue straniere	86	89	32	42	92
lingua italiana per stranieri	18	31	109	47	136
prevenzione incendi	61	88	41	59	92
sicurezza sul lavoro	71	99	35	54	82
primo soccorso	69	96	34	59	83
haccp	64	104	41	45	87
formazione sostitutiva del libretto sanitario	47	81	68	46	99
formazione obbligatoria per gli apprendisti	29	61	86	46	119
riepilogo delle indicazioni espresse	1.160	1.491	805	904	1.778

Gli argomenti che suscitano il maggior interesse sono il web marketing e la qualità, ai quali guarda con attenzione il 78% delle aziende stagionali che hanno risposto alle specifiche domande.

Le lingue straniere sono poste in posizione prioritaria dal 70% degli intervistati.

Nella fascia compresa tra il 60% e il 67% si collocano customer care, revenue management, controllo di gestione, organizzazione del personale, sicurezza sul lavoro, prevenzione incendi, primo soccorso, haccp, tecniche professionali per la cucina.

Il 58% degli intervistati esprime interesse per gli interventi formativi concernenti tecniche professionali per la sala e il bar, mentre il 53% rivolge la propria attenzione alla formazione sostitutiva del libretto sanitario.

Anche nel caso delle aziende stagionali, chiudono la graduatoria la formazione obbligatoria per gli apprendisti (41%) e la lingua italiana per i lavoratori stranieri (24%).

**Tab. 13 - grado di interesse per i diversi argomenti**

	interesse maggiore		interesse minore	
	(v.a.)	(%)	(v.a.)	(%)
web marketing	215	77,90%	61	22,10%
qualità	198	78,26%	55	21,74%
lingue straniere	175	70,28%	74	29,72%
sicurezza sul lavoro	170	65,64%	89	34,36%
controllo di gestione	169	67,60%	81	32,40%
haccp	168	66,14%	86	33,86%
organizzazione del personale	165	65,74%	86	34,26%
primo soccorso	165	63,95%	93	36,05%
customer care	156	66,38%	79	33,62%
tecniche professionali per la cucina	152	61,79%	94	38,21%
prevenzione incendi	149	59,84%	100	40,16%
revenue management	142	62,56%	85	37,44%
tecniche professionali per la sala e il bar	137	57,56%	101	42,44%
formazione sostitutiva del libretto sanitario	128	52,89%	114	47,11%
tecniche professionali per il reparto piani	120	50,42%	118	49,58%
benchmarking	103	49,52%	105	50,48%
formazione obbligatoria per gli apprendisti	90	40,54%	132	59,46%
lingua italiana per stranieri	49	23,90%	156	76,10%



Appendice 1  
il questionario

























































