

## INQUADRAMENTO MACROECONOMICO DEL SETTORE ADV/TO

**Fonte:** dati dalla ricerca FIAVET/Mercuri con la collaborazione dell'EBNT "Il mercato del Turismo on – line. Le Prospettive per le Agenzie di Viaggio" che sarà presentata durante la Convention D'Autunno Fiavet.

### **A) IMPRESE TURISTICHE**

- 12.272 SEDI DI IMPRESE CON ATTIVITA' PRINCIPALE
- 13.651 CON ATTIVITA' PRINCIPALE E SECONDARIA
- 20.028 SEDI DI IMPRESE ED UNITA' LOCALI

### **B) DIPENDENTI DEL COMPARTO AGENZIALE: SONO RIFERIMENTI UTILI A QUALIFICARE IL SETTORE**

Dati INPS 2008 (ultimi dati disponibili)

I lavoratori dipendenti al 2008, secondo i dati INPS, gli ultimi ufficiali di riferimento, sono pari ad oltre 45 mila, a cui ne vanno aggiunti altri 20 mila circa relativi alle unità secondarie contribuendo per quasi il 9% al totale del comparto turistico.

L'intermediazione è anche il settore dove la percentuale femminile è la più alta in assoluto nel comparto. La percentuale di donne che lavorano nell'intermediazione turistica è pari al 71%, contro il 62 registrato negli stabilimenti balneari ed il 58,4 nei pubblici esercizi. Gli altri settore hanno percentuali inferiori.

Anche per quanto riguarda la distinzione fra le funzioni aziendali, il settore dell'intermediazione appare peculiare perché la quota di dirigenti, e in particolare di quadri, risulta notevolmente superiore alla media.

Nel settore dell'intermediazioni, infatti, la percentuale di dirigenti e quadri è pari al 3,1% (rispettivamente 0,5% dirigenti e 2,6% quadri), nei servizi ricettivi 1% (0,2 dir e 0,8 quadri), nei pubblici esercizi 0,4% (0,1 dir e 0,3 quadri).

#### DIMENSIONE MEDIA AZIENDALE

Le Agenzie di Viaggi hanno una dimensione media pari a 4,2 addetti per azienda contro un valore pari 6 addetti nel settore turistico. Tale valore diminuisce considerevolmente nel caso di aziende localizzate nel mezzogiorno fino ad arrivare ad una media di addetti per azienda circa 3.

#### CONSIDERAZIONI GENERALI SUL SECONDO LIVELLO DI CONTRATTAZIONE

Il settore dell'intermediazione sta conoscendo negli ultimi due anni una forte contrazione in termini di valore aggiunto. Se, infatti, il trend del fatturato è negativo, ma tendenzialmente in linea con l'ultimo triennio, in termini di valore aggiunto si verificano cali pari a due cifre. Cali dovuti principalmente alla contrazione dei consumi turistici, soprattutto quelli nazionali, che determinano una contrazione dei prezzi di mercato molto consistente. A fronte di questo il sistema dei costi aziendali è molto rigido determinando, perciò, un forte calo in termini di ricavi.

La crisi geopolitica del nord africa e i fatti del Giappone ("la nube radioattiva penalizza tutta l'asia orientale) stanno di fatto bloccando anche l'outgoing che in questo periodo dell'anno aiuta a far quadrare i bilanci aziendali. Anche il settore dell'incoming, in questo quadro di incertezza, stenta ad attivarsi.

Detto questo sul panorama generale del nostro settore occorre dire che il secondo livello di contrattazione sarà una sfida molto interessante che la federazione ha colto ed accettato nel momento in cui ha sottoscritto il CCNL.

La difficoltà oggettiva sarà quella di individuare i giusti parametri di riferimento che dovranno essere oggetto di contrattazione fra le parti.