

**Parte seconda: Analisi dell'offerta e della domanda di
lavoro interinale nella provincia di Napoli**

INDICE

CAP. IV - L'ANALISI DELL'OFFERTA DI LAVORO INTERINALE: RUOLO E CONDIZIONI DELLE STRUTTURE DI MEDIAZIONE	191
IV.1) OBIETTIVI	193
IV.2) METODOLOGIA	193
IV.3) IL CAMPIONE	193
IV.4) IL QUESTIONARIO.....	195
IV.5) I RISULTATI	197
IV.5.1) <i>Le Agenzie di lavoro interinale nella provincia di Napoli.....</i>	<i>197</i>
IV.5.2) <i>Il giudizio degli operatori.....</i>	<i>198</i>
IV.5.3) <i>Le specializzazioni</i>	<i>199</i>
IV.5.4) <i>Difficoltà e opportunità delle Agenzie.....</i>	<i>200</i>
IV.5.5) <i>I lavoratori</i>	<i>204</i>
IV.5.6) <i>La conoscenza del lavoro interinale.....</i>	<i>204</i>
IV.5.7) <i>Le caratteristiche dell'offerta.....</i>	<i>205</i>
IV.5.7) <i>Tipologia e motivazioni dell'offerta.....</i>	<i>208</i>
IV.5.8) <i>Le missioni.....</i>	<i>210</i>
IV.5.9) <i>Le professioni richieste</i>	<i>214</i>
IV.5.10) <i>La tendenza futura del lavoro interinale</i>	<i>216</i>
IV.5.11) <i>Le organizzazioni clienti.....</i>	<i>218</i>
IV.5.12) <i>Caratteristiche delle imprese clienti.....</i>	<i>218</i>
CAP. V - L'ANALISI DELLA DOMANDA: INDAGINE SULLE AZIENDE DELLA PROVINCIA DI NAPOLI.....	224
V.1) METODOLOGIA E CAMPIONE	224
V.2) LA CONOSCENZA DEL LAVORO INTERINALE.....	231
V.3) L'UTILITÀ.....	232
V.4) L'UTILIZZO DI FORME FLESSIBILI DI LAVORO PRESSO LE AZIENDE DELLA PROVINCIA DI NAPOLI	238
V.5) LA DIFFUSIONE DELL'INTERINALE PRESSO LE IMPRESE DELLA PROVINCIA DI NAPOLI	242
V.6) MOTIVAZIONI E ASPETTATIVE DELLE IMPRESE "NON UTILIZZATRICI".....	243
V.7) MOTIVAZIONI E ASPETTATIVE DELLE IMPRESE "UTILIZZATRICI"	245
V.8) LE MODALITÀ DI UTILIZZO DEL LAVORO INTERINALE	247
V.9) IL PROFILO DEI LAVORATORI INTERINALI.....	250
V.10) CARATTERISTICHE DEI LAVORATORI INTERINALI	255
V.11) LA VALUTAZIONE DELLE AGENZIE DI LAVORO INTERINALE.....	257
V.12) L'OPINIONE GENERALE NEI CONFRONTI DEL LAVORO INTERINALE	258
V.13) LE TENDENZE FUTURE	260

Cap. IV - L'analisi dell'offerta di lavoro interinale: ruolo e condizioni delle strutture di mediazione

Nel corso degli ultimi anni, ancor prima della sua introduzione in Italia con la legge n. 196 del 1997, il lavoro interinale ha assunto un ruolo fondamentale all'interno del dibattito sulle trasformazioni del mercato del lavoro. La nascita e l'evoluzione del cosiddetto "lavoro in affitto" vedono senza dubbio tra i protagonisti le Agenzie di lavoro interinale. Queste svolgono un importante ruolo di intermediazione tra la domanda e l'offerta, ossia tra le organizzazioni utilizzatrici e i lavoratori, contribuendo a delineare il nuovo assetto del mercato del lavoro italiano.

La situazione attuale del sistema interinale si trova in un particolare punto di passaggio che segna una pausa, se non proprio di maturità, di assestamento delle Agenzie di lavoro temporaneo in attesa dell'attuazione di recenti decreti legislativi previsti dalla Riforma Biagi.

Accanto ai centri per l'impiego, a 20 mila consulenti del lavoro, a 103 camere di commercio, le Agenzie interinali, forti di tremila sportelli in tutta Italia, potranno inserirsi a pieno in un settore finora rimasto per lo più nelle mani pubbliche. Le nuove Agenzie di lavoro interinale potranno svolgere una vasta gamma di servizi per il mercato del lavoro: migliore incontro tra domanda e offerta, ricerca e selezione del personale, orientamento e formazione, supporto alla ricollocazione professionale. Secondo la Confinterim, il maggior raggio d'azione delle Agenzie interinali sul mercato del lavoro italiano faciliterà le occasioni di incontro fra domanda e offerta di lavoro, a tutto vantaggio dei lavoratori in cerca di occupazione e delle aziende, e le Agenzie interinali avranno così a disposizione tutti gli strumenti necessari per continuare a crescere. Con il collocamento privato le Agenzie non solo forniranno un servizio prima erogato esclusivamente dall'operatore pubblico, ma avranno la possibilità di svolgere un importante ruolo sociale.

Nella provincia di Napoli, analizzata nella nostra indagine, in verità, le Agenzie di lavoro interinale stanno già svolgendo questa funzione, contribuendo in parte a far emergere il lavoro sommerso, uno dei principali problemi che affliggono il mercato del lavoro in provincia di Napoli.

In Italia, secondo i dati del febbraio 2003, sono 69 le società autorizzate dal Ministero del Lavoro a fornire lavoro temporaneo, per un totale di circa 2.208 filiali distribuite su tutto il

territorio nazionale. In sei anni di attività, dal 1997, circa 200 mila aziende vi hanno fatto ricorso e si stima che i rapporti di lavoro avviati nel 2003 superino il milione.

Negli ultimi due anni si è registrata in Italia la nascita di numerose Agenzie interinali di piccole e medie dimensioni che hanno in qualche modo ridimensionato il ruolo dei due 'colossi' del settore, *Manpower* ed *Adecco*. Queste due società nel 1998 rappresentavano da sole l'85% dell'intero mercato, mentre oggi sono al 65%, inseguite da tre società di medie dimensioni, *Obiettivo lavoro*, *Eurolabour* e *Italia lavora*, e da alcune società che raggruppano imprese di piccole dimensioni e che hanno già conquistato una quota del 17%. Secondo l'opinione di alcuni operatori, il mercato del lavoro interinale in Italia avrebbe, tuttavia, la tendenza a caratterizzarsi come un oligopolio, con poche società nazionali che concorrono sulla qualità e piccole Agenzie, che entrate in un mercato già sviluppato, si stanno specializzando territorialmente oppure si stanno orientando su nicchie professionali. Non mancano, però, Agenzie di grandi dimensioni che, seguendo la strada della specializzazione, stanno segmentando il loro giro d'affari in più settori di intervento.

Da un punto di vista della localizzazione, il lavoro interinale in Italia si caratterizza per la sua forte concentrazione territoriale: la maggior parte delle imprese utilizzatrici è localizzata nel Nord, di cui oltre il 40% nel Nord Ovest. Ciò comporta che anche le Agenzie di lavoro interinale preferiscono insediarsi al Nord (73% del totale), dove più forte è la richiesta di lavoratori, mentre al Centro si trova il 16% delle Agenzie e al Sud addirittura solo l'11%. In realtà, anche le filiali nel Mezzogiorno sono fortemente orientate a favorire processi di mobilità verso il Nord, più che alla ricerca di lavoro in loco, come spiega la ricerca *Ragioni e articolazione del lavoro interinale* curata nel febbraio 2003 dall'Istituto di Ricerche Economiche e Sociali. Di conseguenza, l'attività delle Agenzie di lavoro interinale risulta più consistente nel Centro-Nord, mentre maggiori difficoltà si incontrano al Sud, dove il numero dei lavoratori collocati dalle Agenzie private non supera i 5 mila l'anno e dove, sempre secondo il rapporto IRES, un quarto delle società dichiara di non aver superato i 20-30 collocamenti.

Eppure le Agenzie di lavoro interinale registrano, a detta degli stessi operatori del settore, un incremento del loro giro di affari anche nel Sud Italia, dove le Agenzie, più che altrove, suppliscono alle carenze del collocamento pubblico. Il mercato degli intermediari del lavoro sembra di fatto quasi totalmente occupato dai fornitori di lavoro interinale che riescono ad offrire un servizio flessibile accompagnato da un'attività di selezione e orientamento, fattori decisamente graditi alle imprese, che ne ricavano un duplice vantaggio: ottenere una

garanzia circa le capacità dei lavoratori, e la possibilità di effettuare prove prolungate prima di stipulare un rapporto di lavoro diretto.

IV.1) Obiettivi

L'indagine nella sua interezza ha analizzato il fenomeno dai punti di vista di tutti gli attori: le Agenzie, le aziende, i lavoratori. In questo capitolo ci occuperemo nello specifico di analizzare i dati relativi alle Agenzie di lavoro temporaneo, cercando di indagare il fenomeno del lavoro interinale e le sue logiche di utilizzo dal punto di vista degli intermediari, in modo da indagare le variabili che, sia dal lato della domanda che da quello dell'offerta, influenzano la dinamica del fenomeno.

In questo capitolo analizzeremo il quadro delle Agenzie interinali che operano a Napoli e in provincia, approfondendo le loro caratteristiche relativamente alla localizzazione e ai rapporti con le imprese clienti, individuandone le difficoltà e le opportunità che incontrano sul nostro territorio nello svolgimento della loro funzione di intermediazione. Accompagnerà questo tipo di indagine, l'analisi sull'utenza, ossia sui lavoratori che si rivolgono alle Agenzie, così come viene percepita dagli stessi operatori del settore, al fine di indagarne le motivazioni e le competenze.

La nostra analisi, quindi, ci porterà a delineare con precisione l'effettivo andamento del mercato dell'interinale nella provincia di Napoli, ma soprattutto ad individuare le principali figure professionali e i settori produttivi che hanno contrassegnato negli ultimi anni l'offerta di lavoro "a tempo" sul territorio. In base a questi dati verrà, infine, tracciato un'utile previsione per i prossimi cinque anni circa i profili professionali emergenti, scaturita da un'attenta comparazione dei dati forniti dalle stesse Agenzie.

IV.2) Metodologia

L'analisi si è concentrata sulla totalità delle Agenzie presenti a Napoli e in provincia, dato il numero abbastanza esiguo. L'articolazione del lavoro ha previsto il raggiungimento degli obiettivi sopra esposti attraverso l'integrazione di metodologie sia di tipo quantitativo che qualitativo, utilizzando il metodo dell'intervista personale.

IV.3) Il campione

È stato preso in considerazione l'universo delle Agenzie di lavoro interinale presenti nella provincia di Napoli, selezionato in base all'elenco completo delle Agenzie in Italia rilevato sul sito del Ministero del Lavoro.

Su 29 Agenzie presenti sul territorio di riferimento, 19 sono state intervistate, 3 hanno nel frattempo chiuso la loro sede in provincia di Napoli, mentre 7 si sono rifiutate di rilasciare l'intervista adducendo molteplici motivazioni, quali la mancanza di tempo, o l'impossibilità di divulgare dati, o ancora la necessità di autorizzazioni da parte delle sedi centrali.

Le interviste personali sono state somministrate nella maggior parte dei casi al responsabile di filiale, le rimanenti ad una figura di alta responsabilità all'interno della sede territoriale.

Di seguito è riportato l'elenco completo delle filiali intervistate:

??	<i>ALI</i>	<i>via Ponte di Tappia, 66-68, Napoli</i>
??	<i>GE.VI.</i>	<i>Centro Direzionale Isola G1, Napoli</i>
??	<i>QUANTA SpA</i>	<i>c/so Umberto I 263, Napoli</i>
??	<i>QUANDOCCORRE INTERINALE</i>	<i>Centro Direzionale Isola E4, Napoli</i>
??	<i>INTEMPO</i>	<i>p. Immacolatella vecchia, Napoli</i>
??	<i>OBIETTIVO LAVORO</i>	<i>via Santa Caterina Spina Corona 3, Napoli</i>
??	<i>INWORK</i>	<i>Centro Direzionale Isola F10, Napoli</i>
??	<i>MARVECS</i>	<i>Centro Direzionale Isola E5, Napoli</i>
??	<i>IDEA LAVORO</i>	<i>via Toledo 116, Napoli</i>
??	<i>MANPOWER</i>	<i>Varco Angioino, Napoli</i>
??	<i>ERGONLINE SpA</i>	<i>c/so Umberto I 7, Napoli</i>
??	<i>RANDSTAD ITALIA SpA</i>	<i>Centro Direzionale Isola F3, Napoli</i>
??	<i>ADECCO Italia</i>	<i>via Crispi 52, Napoli</i>
??	<i>INNOVEX STAFF SERVICES Srl</i>	<i>Centro Direzionale Isola E5, Napoli</i>
??	<i>EUROINTERIM</i>	<i>via Conte di Castelmola Carlo 14, Napoli</i>
??	<i>INTERIM 25 ITALIA</i>	<i>Centro Direzionale Isola A2, Napoli</i>
??	<i>TEMPORARY SpA</i>	<i>Centro Direzionale Isola F10, Napoli</i>
??	<i>KELLY SERVICES SpA</i>	<i>Centro Direzionale Isola A7, Napoli</i>
??	<i>WORKNET SpA</i>	<i>Centro Direzionale Isola G6, Napoli</i>

IV.4) Il questionario

Il questionario rivolto alle Agenzie di lavoro interinale consta di 44 domande, una parte di tipo qualitativo ed un'altra volta a rilevare delle informazioni di carattere quantitativo. Ciò ha consentito da una parte di registrare il polso degli addetti ai lavori in merito all'evoluzione del fenomeno, i trend di crescita ed i rapporti con il territorio, l'utenza e la committenza; dall'altra, il dato quantitativo ha permesso di misurare il fenomeno in maniera specifica sul territorio rispetto a parametri quali il numero e la distribuzione delle sedi nel territorio di riferimento, il numero di lavoratori selezionati, avviati alla prova, alla missione e quindi confermati dall'azienda, differenziando genere, età e curriculum.

In quest'ottica, le domande poste agli intervistati sono state raccolte in tre gruppi relativi ai tre nuclei fondamentali:

1) *l'Agenzia*: per comprendere la dinamica della domanda e dell'offerta di lavoro interinale è stato fondamentale indagare l'andamento del mercato attraverso l'individuazione delle caratteristiche delle Agenzie, che rappresentano il punto d'incontro tra i lavoratori e le organizzazioni clienti. Approfondirne la storia e la localizzazione, infatti, può fornire elementi utili per cogliere i trend evolutivi più recenti. Inoltre, indagare e capire i rapporti che le Agenzie instaurano con i lavoratori e con le aziende clienti serve a delineare l'evoluzione del fenomeno del lavoro interinale in relazione al territorio e con i settori di mercato in cui tale tipologia di contratto si inserisce. È fondamentale, poi, ai fini della nostra indagine ricavare dalle informazioni fornite dalle Agenzie previsioni future circa le figure professionali più richieste sul territorio, così da individuare soluzioni efficaci per favorire l'incontro tra domanda e offerte su scala locale.

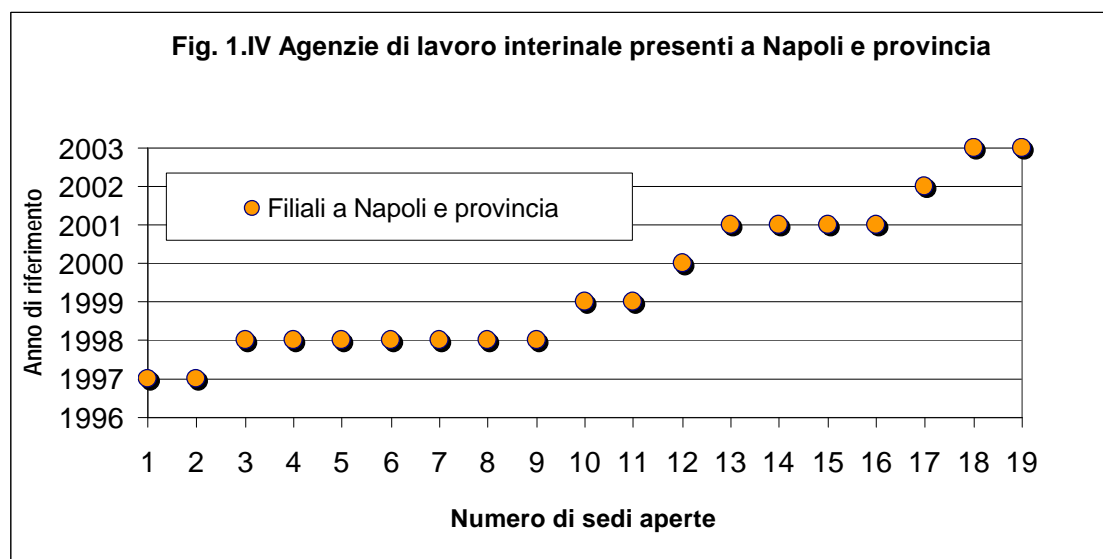
2) *i lavoratori*: la seconda sezione del questionario si è posta l'obiettivo di identificare il target di riferimento, e quindi le tipologie di soggetti che si rivolgono alle Agenzie di lavoro interinale. Studiare l'utenza di questo tipo di servizio e valutarne la percentuale di inserimento nel mondo del lavoro servirà come feedback al fine di individuare le professionalità più richieste e quelle a cui le Agenzie non riescono a far fronte, andando a puntualizzare le lacune formative dei lavoratori in provincia di Napoli. Ciò servirà a delineare prospettive a breve e medio termine per quanto concerne l'offerta di lavoro interinale e si rivelerà un utile strumento per definire verso quali competenze potrebbe risultare più conveniente orientare l'investimento formativo.

3) *le aziende e le organizzazioni clienti*: l'indagine, infine, ha mirato a raccogliere informazioni sul rapporto che intercorre tra Agenzie e organizzazioni clienti, e sulle tipologie di settore a cui appartengono le aziende che fanno maggior uso di lavoratori "in affitto". Dai dati forniti dagli operatori del settore sarà inoltre possibile stabilire le linee della futura relazione Agenzia/impresa, destinata ad essere sempre più stretta e più proficua.

IV.5) I risultati

IV.5.1) Le Agenzie di lavoro interinale nella provincia di Napoli

Il lavoro interinale viene introdotto in Italia nel 1997, ma è nel 1998 che si ha un effettivo boom dell'apertura delle Agenzie di lavoro interinale e delle relative filiali.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Non stupisce, allora, rilevare che ben 7 delle 19 Agenzie considerate abbiano aperto la loro filiale nella provincia di Napoli proprio nel 1998. Successivamente si registra un calo di aperture, tra il 1999 e il 2000; mentre il 2001 rappresenta un anno fondamentale: è in quest'anno, infatti, che si registra l'apertura di 4 filiali sul nostro territorio. Questo dato risente probabilmente dell'annunciato allargamento dei settori di intervento che si è verificato nel 2002, quando la possibilità di utilizzare il lavoro interinale si è estesa anche ad alcune categorie di lavoratori (collaboratrici domestiche e basse qualifiche), e ad alcuni settori (impiego pubblico e industria edilizia) che hanno così allargato la platea delle imprese e dei soggetti utilizzatori. Non dimentichiamo, inoltre, che le Agenzie di lavoro interinale hanno inizialmente investito soprattutto al Nord, dove il mercato è più dinamico, e soltanto successivamente hanno aperto filiali al Sud: non stupisce, quindi, che molte filiali abbiano iniziato la loro attività al Sud solo negli ultimi due anni.

Per quanto riguarda **la distribuzione territoriale**, quasi tutte le Agenzie presentano una sola filiale per l'intero territorio provinciale, filiale che è sempre collocata nell'area

centrale urbana, dove il bacino di utenza è senza dubbio più consistente. La concentrazione in aree centrali, inoltre, sottolinea come il primo obiettivo di questo tipo di Agenzie sia la visibilità e la possibilità di raccogliere potenziali lavoratori interinali da collocare in altre zone. Fa eccezione solo l'Agenzia *Adecco* che presenta due sedi in area urbana e una in provincia; l'Agenzia *Worknet* e l'Agenzia *Manpower*, ciascuna con due sedi, una in città e l'altra in provincia. Va sottolineato che la scelta di dislocarsi in provincia non è casuale se pensiamo che le tre filiali presenti si concentrano nel comune di Pomigliano d'Arco, polo di attrazione per le persone in cerca di lavoro, poiché notoriamente sede di industrie automobilistiche (settore che più di altri si serve di lavoratori interinali).

IV.5.2) Il giudizio degli operatori

Per quanto riguarda **l'evoluzione del mercato del lavoro interinale in provincia di Napoli** negli ultimi tre anni, i dati forniti dai rappresentanti di filiale evidenziano un moderato incremento, sintomo di una crescita costante del mercato di riferimento. La maggior parte degli intervistati, infatti, ritiene che il mercato del lavoro interinale nella provincia di Napoli abbia visto negli ultimi anni un trend di crescita più o meno marcato. Per alcuni, però, c'è la sensazione di una saturazione del mercato delle aziende private, mentre si rileva una tendenza in positivo per il settore del pubblico impiego.

“In questi ultimi tre anni Napoli ha visto un incremento del lavoro interinale, una maggiore conoscenza soprattutto da parte dei lavoratori, e un maggiore utilizzo da parte dell'azienda. Gli utenti hanno capito i vantaggi.”

Nello specifico di ciascuna Agenzia, i dati raccolti dimostrano che l'evoluzione negli ultimi tre anni, intesa in termini di volume d'affari e numero di persone avviate al lavoro, registra valori in crescita: si parla mediamente del 15%-25%, quando non addirittura di forti picchi e crescite esponenziali del 100%, nel caso di Agenzie legate a settori particolarmente sensibili alle opportunità offerte dall'interinale, come il settore metalmeccanico.

“Nei tre anni Napoli ha avuto uno sviluppo esponenziale, è una filiale che dà numeri eccezionali e questo è dovuto all'appartenenza all'area Fiat: in tre anni siamo cresciuti del 100% annuo sia come risorse che come fatturato.”

Si rileva in particolare che il progresso è costante negli anni e che il trend positivo è vissuto anche dalle filiali più “giovani”, ossia le filiali aperte da meno tempo rispetto alle altre. In alcuni casi, poi, un punto di forza è rappresentato dalla presenza capillare di filiali sul

territorio, che permette di reclutare lavoratori in aree vicine alle singole Agenzie. Lo sviluppo delle Agenzie di lavoro interinale è stato determinato anche da una maggiore informazione da parte dell'utenza circa questo tipo di contratto lavorativo e le sue opportunità. Tale risultato è stato ottenuto grazie agli sforzi di visibilità attuati dalle Agenzie in termini di localizzazione delle Agenzie stesse e soprattutto in termini pubblicitari, attraverso l'utilizzo di internet, strumento che si è rivelato particolarmente utile per raggiungere la fetta di utenti più consistente ossia quella dei giovani.

IV.5.3) Le specializzazioni

Andando ad analizzare il settore del lavoro interinale nelle sue specificità, si è notato che spesso ciascuna Agenzia ha individuato un particolare settore lavorativo su cui concentrare la propria attività di reclutamento: la maggior parte delle Agenzie ha, infatti, una **specializzazione** legata ad uno o più settori particolari o figure professionali; l'Agenzia *Marvecs* e la *Innovex*, ad esempio, si occupano soltanto del settore farmaceutico, mentre Obiettivo Lavoro è indirizzata quasi esclusivamente alla ricerca di personale per la Pubblica Amministrazione. Rispetto al totale degli intervistati solo 3 Agenzie (*Quanta*, *Randstad*, *Temporary S.p.A.*) dichiarano di aver effettuato la scelta strategica di non specializzarsi né rispetto alle aziende clienti né rispetto alle figure professionali da collocare. Ciò si spiega probabilmente analizzando la storia delle Agenzie di lavoro interinale: molte, infatti, nascono da grandi gruppi industriali o bancari e quindi si specializzano per definizione, nascendo con la precisa vocazione di supplire alle necessità dei gruppi di riferimento.

Dal grafico che presentiamo emerge chiaramente come **il settore di specializzazione delle Agenzie** partenopee sia in primo luogo quello metalmeccanico, che raccoglie, tuttavia, una vasta gamma di professionalità: dai profili medio-alti (ingegneri e operai altamente specializzati), fino ai profili più bassi (operai addetti alla catena di montaggio). È importante osservare, inoltre, la specializzazione delle Agenzie nel reclutamento di impiegati (giustificata da un recente incremento di richieste di questa figura professionale), che costituiscono quasi una categoria "trasversale" utilizzata in diversi settori, principalmente nel commercio e nei servizi.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Negli ultimi anni la tendenza è quella di passare da un'offerta "generalista" ad una più "specializzata" ed è in questa prospettiva che oggi le grandi Agenzie hanno aperto divisioni con specializzazioni orizzontali e verticali, in base alle quali le diverse filiali seguono le vocazioni dei mercati locali. Un chiaro esempio è la scelta strategica attuata dalla sede di Napoli della *Manpower* che ha persino una sezione della filiale destinata a reclutare impiegati da inserire in vari settori.

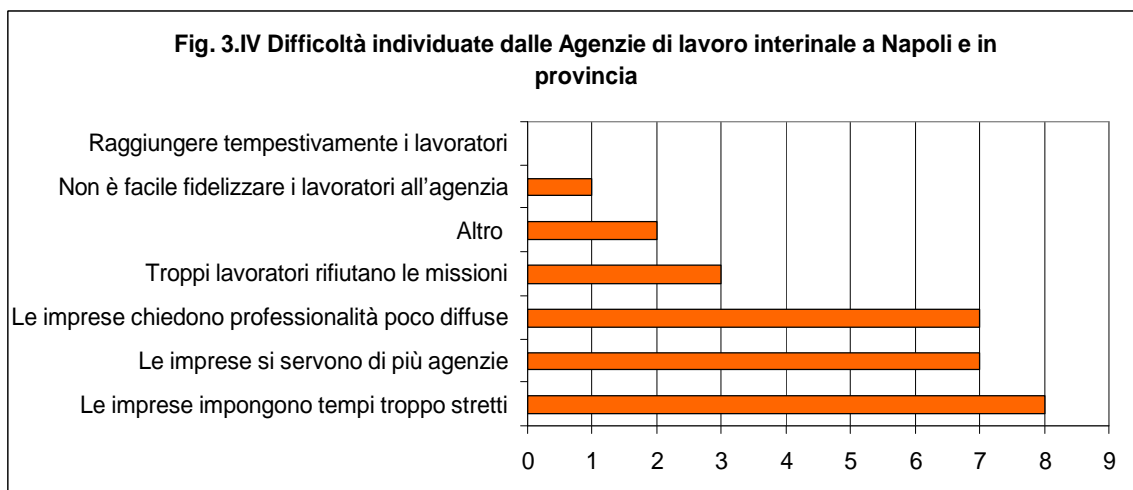
Interessante è rilevare anche la propensione degli intervistati al tipo di attività che viene svolta nelle Agenzie di lavoro interinale, sia per i suoi aspetti professionali che per i risvolti umani.

“Personalmente ho il piacere di fare questo lavoro... su due fronti: quello di poter collocare le persone, perché io so cosa significa stare senza lavoro; dall'altra parte, conoscere le persone, rendermi conto di come cambia il mondo del lavoro perché andiamo dal curriculum del ventenne al cinquantenne, a quello che non è mai entrato nel modo del lavoro a quello che ne è uscito con difficoltà e così via.”

IV.5.4) Difficoltà e opportunità delle Agenzie

Nel corso della nostra indagine abbiamo rivolto alcune domande agli operatori del settore interinale per comprendere quali sono le difficoltà e le opportunità che incontrano le Agenzie nella risoluzione dei problemi quotidiani legati al mondo del lavoro.

In primo luogo, abbiamo chiesto di individuare in una rosa di possibili problemi, quali di essi vengono riscontrati con maggiore frequenza, al fine di avere anche una visione quantitativa dell'argomento.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

È evidente che nella maggioranza dei casi i problemi più rilevanti riguardano il rapporto che l'Agenzia instaura con le imprese clienti piuttosto che con i lavoratori. Difatti, la problematica che coinvolge il maggior numero di filiali riguarda i tempi troppo stretti imposti dalle imprese per il reclutamento dei lavoratori. Tale difficoltà è immediatamente seguita dal fatto che spesso vengono richieste professionalità poco diffuse.

“Le imprese, in particolare a Napoli e in Campania, generalmente si rivolgono a noi quando non riescono da sé...Al sud ci richiedono profili abbastanza specializzati: il saldatore ma anche il laureato che sappia fare delle cose precise, mentre al Nord c'è la possibilità di profili generici, perché lì la manodopera si trova di meno nel mercato del lavoro.”

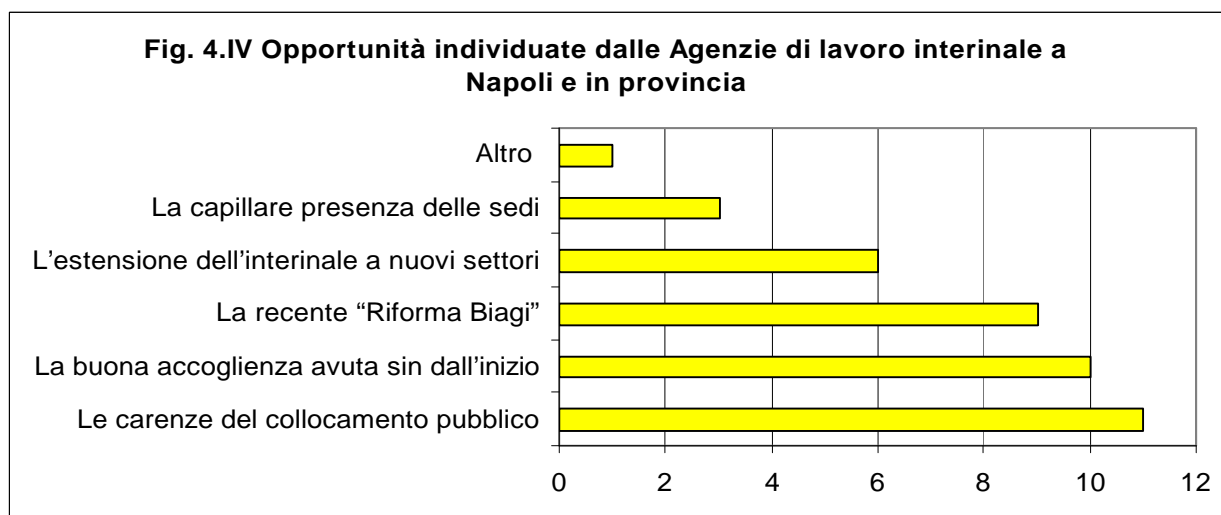
A creare una serie di difficoltà è anche l'abitudine da parte delle imprese clienti di servirsi di più Agenzie, come testimonia buona parte degli intervistati, che vengono in questo modo spinti alla concorrenza. Infatti, nonostante esista una fitta rete di collaborazione tra le filiali della stessa Agenzia dislocate in diverse sedi territoriali, non si rileva nessun tipo di tendenza alla collaborazione tra le diverse Agenzie.

Alcune di esse hanno poi sottolineato altri problemi, al di fuori della rosa proposta, che ostacolano l'incontro tra domanda e offerta lavorativa e di conseguenza il lavoro di chi si occupa di interinale: spesso le aziende cercano professionalità alte offrendo livelli retributivi più bassi dei livelli di mercato, oppure i costi elevati richiesti per il servizio svolto dalle Agenzie interinali che rappresentano un freno per le piccole imprese.

“Nessuna delle ipotesi che evidenziate si adatta alla nostra struttura perché sono più tipiche di un mercato con un’offerta di lavoro più bassa, magari il problema sono i costi per le aziende più piccole.”

Le difficoltà incontrate dalle Agenzie partenopee sono in buona parte in linea con i problemi riscontrati dalle Agenzie interinali a livello nazionale, così come riferito dal rapporto IRES; confrontando i dati emerge una sola, ma significativa differenza: il fatto che le imprese impongano dei tempi troppo stretti rappresenta un problema per il 28% degli operatori della nostra provincia, mentre sempre secondo il rapporto IRES nel resto d’Italia la quota si aggira intorno al 12 %; e se a Napoli “raggiungere tempestivamente i lavoratori” non costituisce un problema, tanto che nessuno degli intervistati ha indicato questa come una difficoltà nello svolgimento del proprio lavoro, nel resto d’Italia circa il 13% degli intervistati lo ha ritenuto un freno all’incontro tra domanda e offerta. Questo confronto non fa che confermare non solo la grande quantità di offerta di lavoratori “in affitto” che il nostro territorio offre, ma anche la loro disponibilità, certamente dettata da un livello di disoccupazione più alto che nel Nord del nostro Paese.

Passiamo ora ad analizzare quali sono le **opportunità**. Anche in questo caso abbiamo posto un ventaglio di scelte possibili, per avere un dato quantitativo sulla questione.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

La risposta che ha ottenuto maggiori consensi da parte degli intervistati (ben 11 su 19) riguarda le carenze del collocamento pubblico: le recenti Agenzie per l’impiego, infatti, sono organizzazioni più complesse e macchinose, nonché più burocratizzate delle Agenzie interinali, che di conseguenza raccolgono maggiore approvazione.

La seconda opportunità indicata dagli interpellati è la buona accoglienza avuta fin dall'inizio che testimonia come la qualità della relazione umana con la potenziale forza lavoro possa costituire un punto di eccellenza.

Le opportunità che la Riforma Biagi offre al settore sono, inoltre, viste in maniera decisamente positiva, in particolare in virtù della possibilità di affrontare nuovi settori e di ridefinire i contenuti dell'offerta. Quasi tutti gli intervistati sottolineano, però, l'incertezza dell'attuale momento di transizione, in cui la mancanza dei decreti attuativi della riforma non permette di intraprendere azioni innovative.

“Teoricamente dovrebbe aprire delle nuove opportunità e permettere l'utilizzo del lavoro temporaneo anche in settori organizzativi delle aziende che, prima erano esclusi, ma di fatto mancando ancora i decreti attuativi non è possibile dare una valutazione dell'impatto e della significatività della Riforma Biagi in termini di mercato ed organizzazione.”

“E' evidente che adesso, in base alle informazioni che ci hanno dato, possiamo fare molte più cose ma avremo più concorrenza, possiamo proporre alle aziende cose diverse. Le novità della riforma Biagi hanno provocato un minimo di paura in più per il cliente, che ti chiama e ti chiede cosa succede, a volte ha creato un ritardo per far partire i nuovi contratti, addirittura un ripensamento su alcune cose, adesso non saremo più un'Agenzia di lavoro temporaneo ma un'Agenzia di lavoro a tutti gli effetti. Ci sono nuove opportunità ma vanno assimilate anche da chi le riceve ...mancano ancora i decreti attuativi, è ancora molto nebuloso.”

“Rispetto alla legge precedente, la riforma Biagi ci ha un po' consacrato come struttura più efficiente nella collocazione di manodopera, quindi ha ampliato la possibilità di ricorso a questo tipo di Agenzia rispetto al passato, in qualche modo ha confermato che il privato ha funzionato bene in questo tipo di attività.”

Le grandi Agenzie si sono attrezzate, allora, creando società complementari che offrono alle aziende soluzioni nella gestione delle risorse umane. La nuova normativa, infatti, prevede una sorta di liberalizzazione di tutto il settore e ciò consentirà alle Agenzie di lavoro interinale la possibilità di svolgere altre attività di mediazione nel mercato del lavoro, dalla selezione, al collocamento dei lavoratori. In questa ottica le imprese potrebbero gestire in outsourcing tutto il comparto della gestione del personale. L'attività di incontro domanda-offerta, inoltre, potrà essere effettuata anche da associazioni non riconosciute (sindacati, associazioni di categoria), enti no profit, università, scuole superiori e consulenti del lavoro.

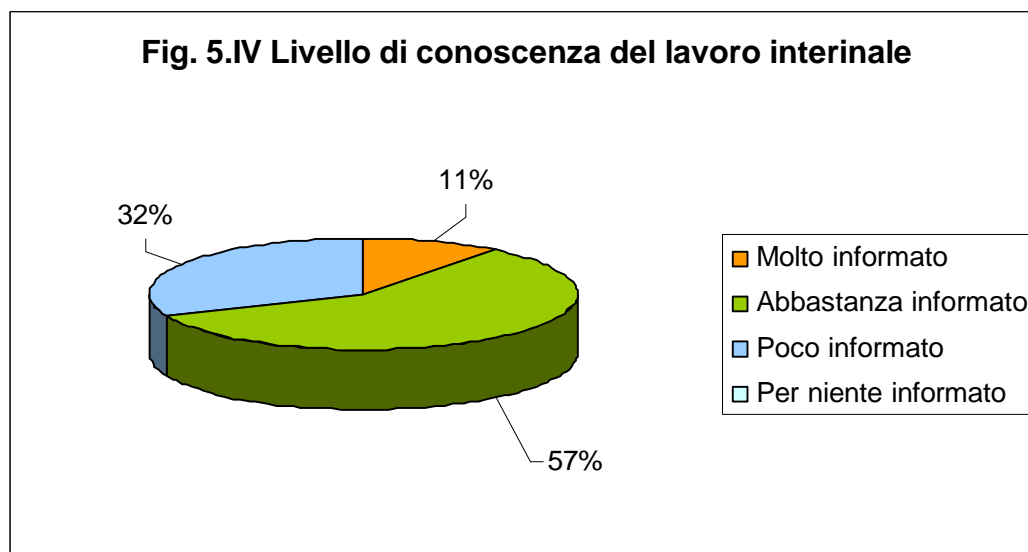
È interessante, inoltre, osservare che mentre l'opportunità più vantaggiosa indicata dalle Agenzie italiane, secondo il rapporto IRES, riguarda la capillare presenza delle sedi nel territorio (40%), a Napoli la stessa opportunità è stata segnalata solo dall'8% degli intervistati. In provincia di Napoli, e potremmo dire più genericamente al Sud, abbiamo in percentuale un numero di filiali inferiore rispetto alle regioni del Nord, dove, in virtù di un mercato lavorativo più vivace, le Agenzie di lavoro interinale hanno investito maggiormente le proprie risorse.

IV.5.5) I lavoratori

Nella seconda parte del questionario abbiamo rivolto una serie di domande ai rappresentanti delle Agenzie di lavoro interinale per raccogliere informazioni circa l'utenza che utilizza questo servizio al fine di poterne individuare le caratteristiche. È utile, infatti, non solo recuperare i dati sui lavoratori ai quali viene affidata una missione, come spesso avviene, ma anche su coloro che si presentano agli sportelli delle Agenzie di lavoro interinale.

IV.5.6) La conoscenza del lavoro interinale

Prima di tutto abbiamo domandato qual è il **livello di conoscenza del lavoro interinale** di chi si rivolge per la prima volta ad un'Agenzia.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Più della metà degli interpellati sostiene che i lavoratori che si rivolgono ai loro sportelli sono *abbastanza informati* sulla tipologia di servizi da loro offerti, mentre l'11% sostiene che l'utenza è *molto informata*. Generalmente, quindi, i lavoratori che si rivolgono alle Agenzie sono consapevoli delle opportunità e delle limitazioni che una tale tipologia di approccio presenta. In provincia di Napoli, l'utente delle Agenzie interinali risulta pienamente nella media per quanto riguarda l'informazione e la conoscenza del lavoro interinale, ma il dato che colpisce maggiormente riguarda la percentuale delle persone che sono *molto informate*: la quota registrata dalla nostra indagine si aggira sull'11%, mentre le media nazionale è del 3,7%. Secondo il rapporto IRES, infatti, gli utenti molto informati sembrano localizzarsi in Lombardia (6%) e nel Veneto (3%), regioni dove lo strumento è abbastanza diffuso, mentre i meno "esperti" sembrerebbero trovarsi al Sud. Evidentemente le Agenzie presenti sul nostro territorio hanno puntato molto sulla visibilità e la conoscenza, pertanto l'elevato livello di informazione è senz'altro da attribuire al grande sforzo informativo che le Agenzie hanno compiuto in questi anni: le Agenzie, infatti, sono presenti con campagne pubblicitarie, hanno tutte un sito Internet e, molte hanno sedi collocate al centro delle città, dove chi è in cerca di lavoro può agevolmente entrare e chiedere informazioni.

“Generalmente chi viene qua conosce già il lavoro interinale, i lavoratori più sprovveduti provengono dai centri per l'impiego.”

“Sono i candidati con pochi requisiti e istruzione più bassa a non essere informati... hanno sentito qualcosa ma non sanno cosa c'è dietro il lavoro temporaneo.”

Molto dipende, poi, dalla buona predisposizione dell'utenza: le Agenzie, infatti, sembrano essere il primo canale a cui si rivolge un lavoratore in cerca di esperienza. Va sottolineato, inoltre, come vedremo meglio in seguito, che l'utenza è composta principalmente da giovani, che hanno maggiore capacità di reperire informazioni su internet, o maggiore disponibilità di tempo per visitare le filiali o rivolgersi ai centri dell'orientamento al lavoro.

IV.5.7) Le caratteristiche dell'offerta

Per quanto riguarda il numero delle persone che si sono rivolte agli sportelli delle Agenzie localizzate nella provincia di Napoli nel corso del 2003, è emersa la difficoltà di riuscire a quantificare i contatti. I dati a disposizione delle Agenzie, infatti, sono nella maggior parte dei casi relativi soltanto al numero di lavoratori avviati alle missioni. Ecco quindi spiegate le forti differenze nelle risposte fornite dalle varie Agenzie (da 200 a 10.000).

Successivamente, si è passati a tracciare un **identikit dell'utente** che si rivolge alle Agenzie di lavoro interinale, nonostante una certa difficoltà riscontrata nel recuperare dati precisi. Da questa risposta in poi, infatti, alcuni degli intervistati non hanno potuto fornire risposte dettagliate, in virtù di alcune regolamentazioni imposte dalle sedi centrali, che di fatto o impediscono la diffusione dei dati, o centralizzano questa gestione, estraniando quindi le sedi locali dalla conoscenza dei dati stessi.

Dal punto di vista del **genere** di chi si presenta agli sportelli delle Agenzie non ci sono sostanziali differenze tra uomini e donne, ma è ugualmente utile osservare che, secondo i dati forniti dagli stessi operatori del settore, mediamente il 49,7% è rappresentato da donne, valore che supera di qualche punto la media nazionale che si attesta sul 45% circa. È importante sottolineare questo dato poiché rappresenta il frutto di un costante incremento della presenza femminile nel mondo dei lavoratori "in affitto", incremento che si è registrato in particolar modo negli ultimi due anni, da quando cioè l'interinale si è aperto anche a nuovi settori, in particolar modo al terziario, che certamente più di altri possono accogliere al loro interno la presenza delle lavoratrici. In alcuni casi l'offerta femminile giunge a picchi del 90% (come nel caso del reclutamento degli informatori scientifici del farmaco e degli operatori presso cooperative sociali), ma è facilmente ipotizzabile che questa percentuale dell'offerta non rispecchi la percentuale dell'effettivo avviamento alle missioni. Secondo i dati dell'ultimo rapporto del Ministero del Lavoro la presenza delle donne nel mondo del lavoro è pari al 38% circa, anche se le Associazioni delle Agenzie stimano che la presenza femminile nel primo semestre del 2001 abbia superato il 40%: lo scostamento è spiegabile con la forte concentrazione del lavoro interinale nel settore industriale dove è prevalente la presenza maschile.

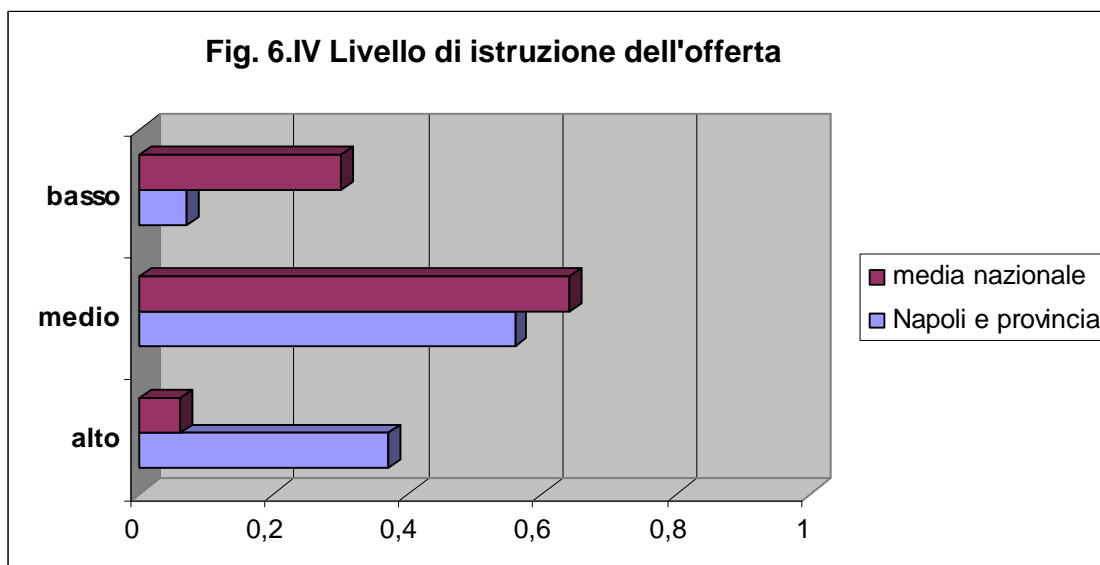
“(Sono più donne?) Generalmente sì, sono numericamente di più, più grintose e motivate.”

Analizzando i dati in base alla **fascia di età**, è subito evidente che la stragrande maggioranza (86%) di chi si rivolge alle Agenzie di lavoro temporaneo è composta da giovani con un'età compresa tra i 21 e i 35 anni.

Secondo i dati dell'ultimo rapporto del Ministero del Lavoro per il 2001, in Italia il 30,7% dei lavoratori interinali è al di sotto dei 25 anni e il 30,8% ha un'età compresa tra i 25 e i 29 anni. Confrontando questi dati con quelli registrati nella provincia di Napoli, quindi, è evidente uno scarto di circa il 20%, senz'altro giustificabile con un più alto tasso di disoccupazione giovanile nel nostro territorio.

“La maggior parte delle persone che vengono qua ha tra i 21-35 anni oltre i 45 anni sono un fenomeno insignificante...l'1%.”

Più della metà degli utenti ha un **livello di istruzione** medio, mentre ben il 37% ha un livello di istruzione alto e solo il 7% possiede un titolo di studio basso. Questi dati si discostano molto dalla media nazionale, indicata dal rapporto IRES, che vede quasi il 30% dei soggetti con un titolo di studio basso, e poco più del 6% con un alto livello di istruzione.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Il confronto mette in luce un aspetto fondamentale che ci aiuta a caratterizzare l'utenza delle Agenzie nel nostro territorio: si tratta di giovani, uomini e donne, per lo più laureati, o comunque con un buon livello di istruzione e, come analizzeremo di seguito, generalmente senza esperienze di lavoro e quindi in cerca del primo impiego.

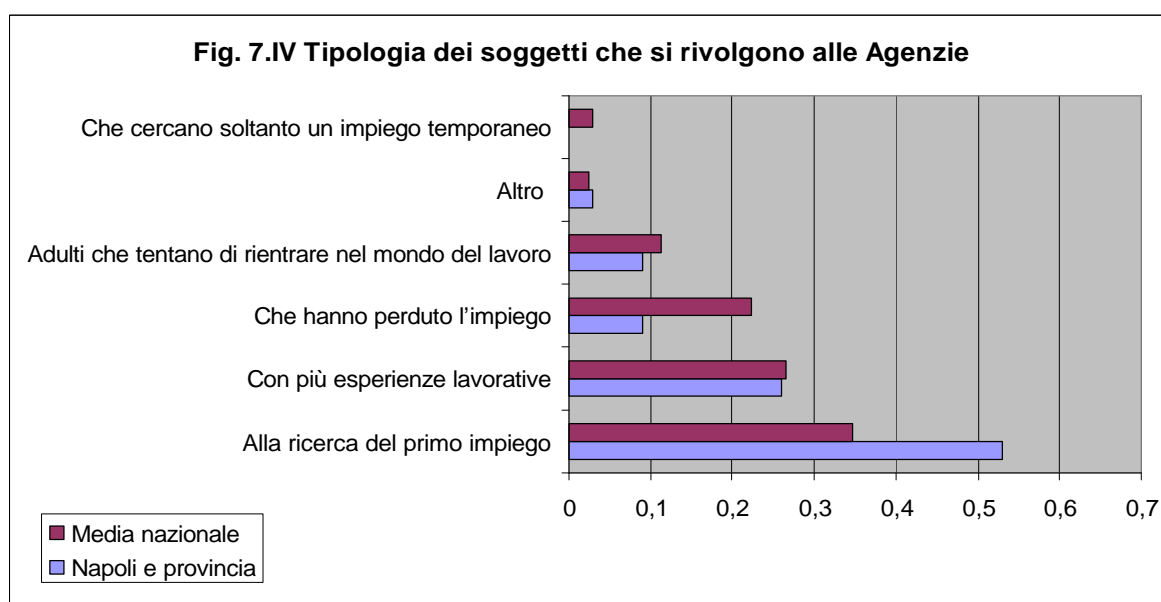
Un ultimo dato che caratterizza l'utenza delle Agenzie di lavoro interinale in provincia di Napoli è la bassissima percentuale di **extracomunitari** (poco più del 5%): su 19 Agenzie interpellate, ben 7 dichiarano di non annoverare extracomunitari tra i loro utenti, per 5 di loro ci si attesta intorno al 10%, una sola dichiara il 30%, le altre non più del 3%. La concentrazione di utenti extracomunitari si registra principalmente presso le Agenzie specializzate nel sociale o che hanno scambi con i centri per l'impiego, e non, come sarebbe legittimo immaginare, nel settore edilizio e manifatturiero, dove la richiesta di manodopera è più accentuata. Confrontando i dati raccolti con quelli registrati dal rapporto IRES si evidenzia a questo proposito una consistente disparità tra il Nord e il Sud della penisola: i dati del rapporto IRES rivelano, infatti, che le filiali del Nord Italia, in particolare quelle della

Lombardia e del Veneto, registrano un'ampia presenza di lavoratori extracomunitari, principalmente impiegati nell'industria: in Lombardia il 33,4% delle Agenzie dichiara di avere un'utenza extracomunitaria tra il 26% e il 50%, nel Veneto la percentuale sale al 41,3%. Il dato anomalo registrato dalla nostra indagine, allora, è presumibilmente dovuto alla situazione dei lavoratori extracomunitari nel Sud Italia e, quindi, in provincia di Napoli, dove dilaga il "lavoro nero" in particolar modo a discapito di immigrati clandestini, privi quindi di documenti e pertanto costretti a muoversi nel "sommerso".

Per quanto concerne il reclutamento dei lavoratori, le Agenzie intervistate hanno affermato che il metodo più diffuso è la raccolta di curricula, che costituiscono la banca dati dell'Agenzia. Successivamente chi si occupa del reclutamento e della selezione procede effettuando dei test e dei colloqui personali che vengono svolti in Agenzia. I curricula giungono per lo più attraverso l'autocandidatura, sollecitata anche dalla promozione dell'Agenzia tramite il sito internet o la stampa, o si intavolano collaborazioni con associazioni o enti, come gli sportelli Informagiovani o le associazioni culturali.

IV.5.7) Tipologia e motivazioni dell'offerta

Passando ad analizzare **la tipologia e le motivazioni dell'offerta**, abbiamo chiesto agli intervistati quali sono **le caratteristiche lavorative** di chi richiede i loro servizi. Anche in questo caso abbiamo posto una rosa di risposte con la possibilità di individuarne al massimo due.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Sono 17 su 19 le Agenzie che hanno dichiarato come caratteristica principale dell'utenza quella legata alla ricerca del primo impiego. Il rapporto IRES, invece, evidenzia una tendenza meno marcata: infatti, le persone alla ricerca del primo impiego costituiscono circa il 34% del totale. Il dato registrato nella nostra provincia si attesta sul 53% con una differenza di quasi il 20% rispetto alla media nazionale: questo distacco è facilmente interpretabile alla luce del contesto socio territoriale e dello status del mercato del lavoro nel nostro territorio, dove le Agenzie di lavoro interinale vengono quasi percepite come Uffici di collocamento o Agenzie per l'impiego.

“La prevalenza è di persone che sono in cerca del primo impiego e vogliono entrare nel mondo del lavoro. Trovano semplice pensare come primo ingresso di andare in una società di lavoro temporaneo.”

“Nella maggioranza dei casi sono alla ricerca di un primo impiego, poi abbiamo anche quelli che hanno esperienze lavorative, ma sono una piccola percentuale, come una piccola percentuale sono quelli che tentano di rientrare nel mondo del lavoro.”

Questo atteggiamento è d'altronde confermato con il fatto che nessuno dei rappresentanti di filiale intervistati ha affermato che chi si rivolge alle Agenzie è effettivamente alla ricerca di un lavoro temporaneo. L'interinale, quindi, viene vissuto nella nostra provincia come una possibilità di fare esperienze lavorative e di introdursi, seppure temporaneamente, nel mondo del lavoro, e allo stesso tempo viene caricato di aspettative circa un futuro professionalmente più stabile. Non stupisce, allora, che alla domanda su quali siano le motivazioni che spingono le persone in cerca di lavoro a rivolgersi ad un'Agenzia interinale il 40% dichiara “per trovare un lavoro stabile in prospettiva”, dato confermato anche dalle statistiche Istat, secondo le quali al Sud le persone in cerca di lavoro, nella stragrande maggioranza dei casi, desiderano un lavoro stabile.

“Qui si viene anche per cercare un lavoro stabile, che può essere una contraddizione. C'è chi comprende che il lavoro interinale può essere un biglietto da visita presso l'azienda, farsi conoscere dall'azienda ed avere un contratto a tempo indeterminato, questo è accaduto molte volte ...ma è evidente che dipende dai clienti, dall'azienda.”

Questo discorso, auspicato dalla maggior parte degli utenti delle Agenzie interinali, sembra in parte realizzarsi per quelle Agenzie che sono specializzate su un particolare target di aziende e di conseguenza di lavoratori, come ad esempio quelle che si occupano

esclusivamente del reclutamento di informatori medico scientifici, generalmente reclutati con contratti interinali per alcuni mesi e poi confermati dalle aziende.

Continuando ad analizzare le motivazioni dell'utenza, notiamo che risulta elevata anche la quantità di coloro che si rivolgono alle Agenzie di lavoro interinale "per trovare un lavoro in regola" (34%), dato facilmente spiegabile con il contesto territoriale e l'ampia diffusione del "lavoro nero" specialmente tra i giovani. L'interinale si trova a svolgere, insomma, una sorta di funzione supplente: la sua presenza ha consentito, nella condizione attuale dei servizi pubblici per l'impiego, un primo valido meccanismo d'intermediazione professionale tra aziende e lavoratori.

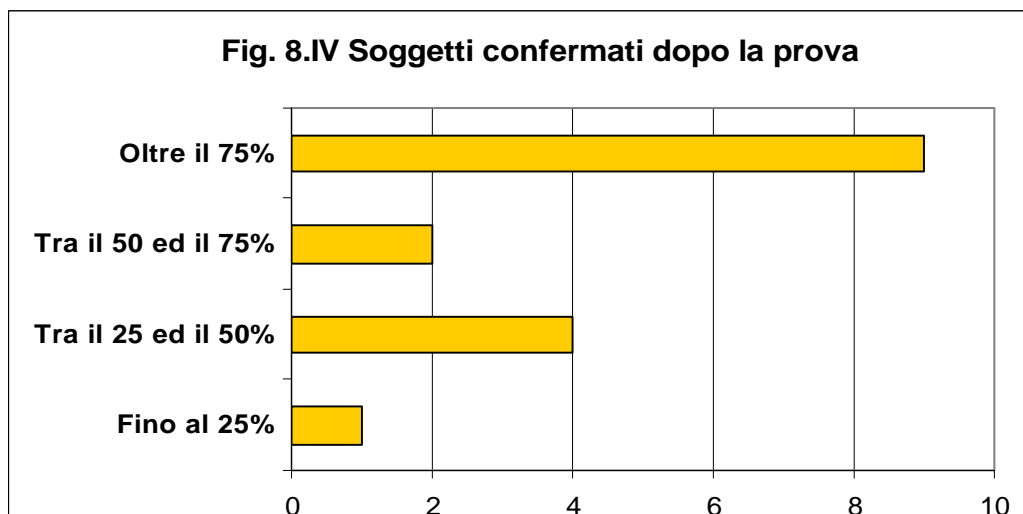
"Un lavoro in regola, perché qui per troppi anni c'è stato lavoro nero, e quindi oggi si cerca una retribuzione parificabile a condizioni contrattualmente lecite."

La percentuale di coloro che si rivolgono alle Agenzie per "trovare un lavoro a qualunque condizione" si attesta sul 13%, in linea con la media nazionale (14%).

IV.5.8) Le missioni

Una volta analizzato il target di riferimento nelle sue caratteristiche sociali e lavorative, nonché le motivazioni che spingono i soggetti interessati ad usare questo servizio a Napoli e nella provincia, abbiamo voluto indagare la situazione degli **avviamenti** e degli **esiti delle missioni**, ossia le probabilità di tali soggetti di essere avviati alle missioni e di ottenere, quindi, un contratto di lavoro.

Prima di tutto, l'impresa ha la possibilità di valutare le capacità professionali dei lavoratori attraverso un **periodo di prova**. Il contratto di lavoro interinale, infatti, prevede un breve periodo di prova obbligatorio, che va da 2 a 10 giorni, durante il quale, tanto l'impresa quanto il lavoratore, hanno la possibilità di sciogliere il contratto anche senza preavviso. Superata la prova, il lavoratore viene a tutti gli effetti avviato alla missione.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Molti intervistati sottolineano la validità delle procedure di selezione da parte delle Agenzie: le efficaci valutazioni, infatti, portano in maniera quasi automatica alla **conferma** della gran parte dei lavoratori dopo il periodo di prova. La percentuale di conferme dopo tale periodo, e quindi il proseguimento della missione, è decisamente elevata; per 9 Agenzie su 19, il 75% dei lavoratori viene confermato; nei restanti casi la percentuale rimane comunque buona.

Nel corso del 2003 ciascuna Agenzia ha avviato mediamente i lavoratori a 2-3 missioni, dopo le quali quasi il 50% dei lavoratori ha “trasformato” il proprio contratto di lavoro interinale in un rapporto di lavoro diretto. Secondo quanto indicato dagli intervistati, infatti, in media gli assunti dalle imprese clienti al termine della missione sarebbero ben il 47% (con punte tra l’80% e il 90% registrate nelle Agenzie specializzate nel settore farmaceutico). Una quota leggermente superiore alla media nazionale registrata dall’IRES che si attesta sul 44% circa. Il quadro delle opportunità offerte dal lavoro interinale è quindi positivo. Un dato in verità superiore alle quote indicate sia dal Ministero del Lavoro che dalla Confinterim: secondo quest’ultima la percentuale di contratti trasformati nel primo semestre 2002 è pari al 32%. Ciò è spiegabile con la normale distorsione di percezione di chi è direttamente coinvolto in un fenomeno, e presumibilmente anche con la tipologia di utilizzo che le aziende fanno del lavoro interinale, visto come mezzo per “testare” i lavoratori.

Accade, però, che talvolta siano gli stessi lavoratori a **rifiutare una missione**, ma in questo caso si tratta di una quota abbastanza contenuta. Ben il 76% degli operatori intervistati, infatti, afferma che meno del 20% dei lavoratori rifiuta una missione, mentre solo il 24% dichiara che la percentuale dei lavoratori che rifiutano una missione arriva ad un terzo e talvolta fino al 50%.

Più interessante si rivela osservare **le motivazioni che spingono al rifiuto**.

Tab. 1.IV Motivazioni di chi rifiuta una missione

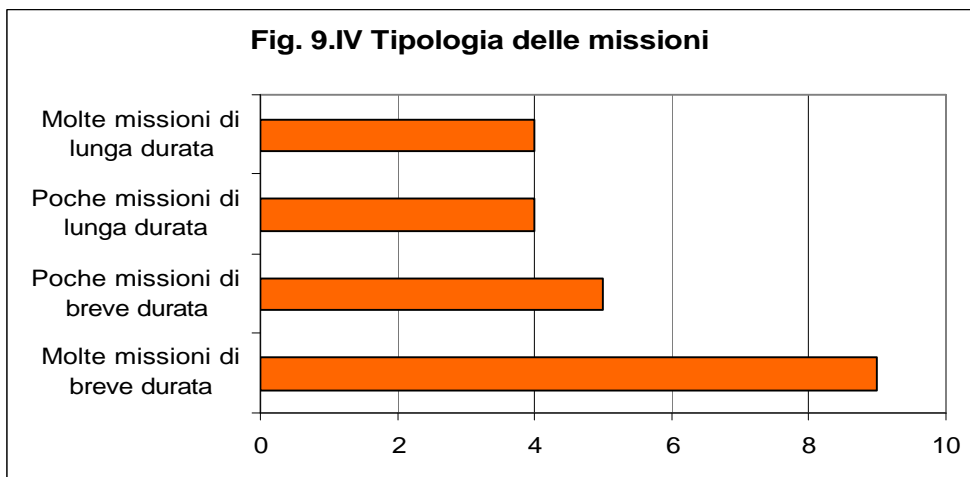
Hanno già trovato un impiego o un contratto più stabile	37%
Hanno trovato lavoro mediante altra agenzia	13%
Non hanno interesse economico per la missione	17%
Non hanno interesse professionale per la missione	10%
Cercano soltanto missioni vicine	20%
Altro (specificare)	3%
Totale	100%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

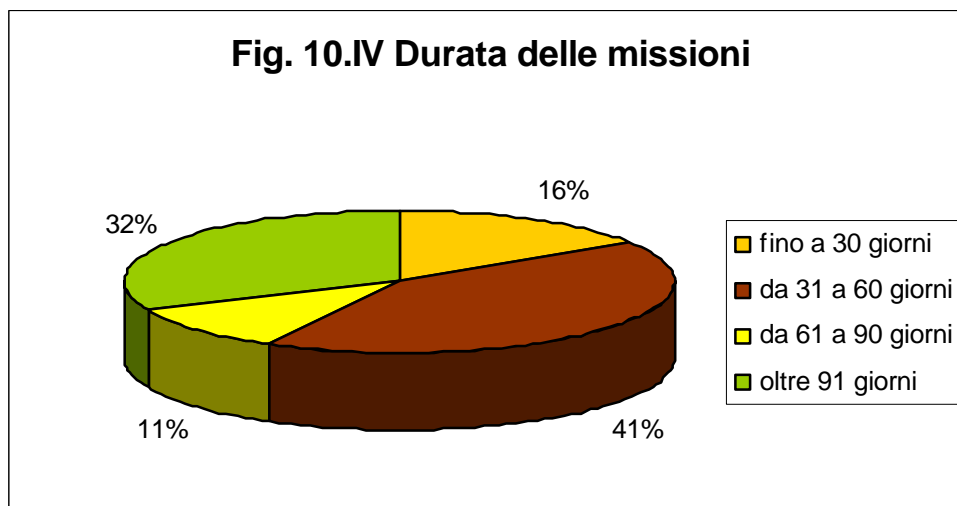
Se guardiamo alle ragioni prevalenti, così come le percepiscono i responsabili di filiale, notiamo che il maggior numero di rifiuti deriva dal fatto che il lavoratore *ha già trovato un impiego o un contratto più stabile* (37%), oppure *cerca soltanto missioni vicine* (20%).

Questi dati non fanno che confermare quanto precedentemente affermato: la maggior parte dei candidati al lavoro interinale cerca in realtà un lavoro stabile, che non sempre le Agenzie sono in grado di offrire in modo diretto. In Italia, infatti, i contratti di lavoro interinale a tempo indeterminato, pur essendo previsti dalla legge, trovano raramente applicazione. Non a caso, secondo Confiterim, la percentuale di lavoratori interinali assunti dalle Agenzie a tempo indeterminato è pari allo 0,1%. È, inoltre, significativo che il 20% degli intervistati affermi che i lavoratori rifiutano perché *“cercano soltanto missioni vicine”*, anche se a Napoli e in provincia tale quota potrebbe essere spiegata dal fatto che le proposte delle Agenzie implicano spesso un'elevata mobilità, con l'offerta di andare a lavorare al Nord. Quindi, sulla selettività dell'offerta non pesano solo ragioni di tipo economico o professionale, che pure esistono, ma anche di tipo sociale.

Importante, poi, è valutare il dato relativo alla **durata, alla tipologia** ed alla **frequenza delle missioni**. Generalmente si crede che le imprese tendano ad utilizzare missioni “lunghe” per testare la capacità dei lavoratori (magari in vista di una futura assunzione), mentre utilizzano missioni “brevi” per risolvere problemi contingenti dovuti a picchi produttivi inaspettati, o a sostituzioni per malattie e maternità. Per verificare queste supposizioni e indagare questi dati in relazione all'attuale mercato del lavoro, abbiamo rivolto due domande specifiche ai rappresentanti delle filiali in provincia di Napoli: una sulla durata delle missioni e l'altra sul “tipo” di missione richiesto dalle imprese clienti.



Fonte:



elaborazione API su dati Focus Marketing

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Analizzando i dati ricavati dalle interviste, si rileva che circa il 40% delle missioni ha una durata media che va da 30 a 60 giorni, in linea con quanto indicato dal rapporto IRES circa la durata media delle missioni in Italia. Le missioni con una durata inferiore, ossia fino a 30 giorni, rappresentano il 16% del totale e si svolgono per lo più nell'ambito dei servizi e del commercio; mentre la percentuale sale nuovamente (32%) per le missioni che superano i 3 mesi. Riguardo quest'ultimo dato, dobbiamo sottolineare che interessa per lo più specifiche Agenzie: la Innovex e la Marvecs, ad esempio, che lavorano sugli informatori medico scientifici e che si pongono come obiettivo quello di reclutare potenziali collaboratori a tempo indeterminato; o ancora le Agenzie che operano prevalentemente con la Pubblica Amministrazione, dove la lunga durata delle missioni è giustificata dalla tendenza del personale di ruolo da sostituire ad utilizzare al massimo le possibilità di congedo dal lavoro.

Anche il confronto con i dati nazionali di Confinterim, circa la durata delle missioni, conferma una parziale differenza fra la durata delle missioni in Italia (uno/due mesi) e nel resto d'Europa (circa due settimane). Ciò, confermerebbe l'ipotesi d'utilizzo del lavoro interinale come canale di reclutamento da parte delle imprese e di potenziale percorso di stabilizzazione per i lavoratori. Questa tendenza è espressa proprio da quelle Agenzie che dichiarano la volontà delle aziende clienti di effettuare il reclutamento delle loro risorse attraverso lo strumento del lavoro interinale.

IV.5.9) Le professioni richieste

Il tassello fondamentale utile per completare il quadro del lavoro interinale riguarda **le professioni più richieste**. Abbiamo chiesto, infatti, agli operatori del settore quali sono le figure professionali che trovano più facilmente una collocazione a Napoli e in provincia e quali, invece, incontrano maggiori difficoltà.

Sono state individuate circa 18 figure professionali che si possono considerare come profili maggiormente ricercati dalle imprese attraverso le Agenzie di lavoro interinale. Queste figure si vanno naturalmente ad inserire in quei settori, precedentemente individuati, su cui si concentra l'attività specifica di ciascuna Agenzia: in modo particolare il settore metalmeccanico e sanitario, commercio e servizi.

Nella tabella di seguito riportata, indichiamo le professioni più richieste e il numero delle filiali che le hanno segnalate come professionalità più facilmente collocabili:

Tab. 2.IV Figure professionali richieste

Figure professionali più richieste	Numero delle filiali
impiegato generico	5
operaio specializzato	5
operaio generico	4
operaio metalmeccanico	2
addetto alla vendite	2
operatori del settore sanitario	2
operatore di call center	2
impiegato amministrativo	2
elettricista	1
ingegnere	1
muratore	1
addetto alla GDO	1
operatore customer care	1
tecnico	1
segretario	1
ISF	1
ragioniere	1
operatori del settore bancario	1

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Fra le professioni più richieste risultano senza dubbio: gli impiegati e gli operai (generici, specializzati, metalmeccanici). Sostanzialmente, quindi, il lavoro interinale si conferma essere operaio-industriale, anche se è ormai evidente un forte incremento della richiesta di impiegati: addetti ai "lavori d'ufficio" vengono ricercati, infatti, sia dalle imprese private che dalla Pubblica Amministrazione.

Tra i profili professionali meno richiesti, vi è, come ipotizzabile conseguenza, la categoria degli "intellettuali": per buona parte degli intervistati difficilmente collocabili nel mercato lavorativo risultano, infatti, i neolaureati in materie umanistiche, seguiti dalle risorse umane ancora prive di esperienze lavorative.

"Alcune persone pensano che il lavoro temporaneo sia una cosa più facile, più veloce per entrare nel mondo del lavoro non è del tutto vero, il lavoro temporaneo presuppone una precedente esperienza."

È però probabile che per queste figure le imprese utilizzino altri canali di reclutamento e altre forme contrattuali, come ad esempio le collaborazioni coordinate e continuative.

IV.5.10) La tendenza futura del lavoro interinale

Abbiamo chiesto ai rappresentanti delle filiali di Napoli e provincia di fare una previsione per i prossimi cinque anni circa la tendenza futura dell'offerta di lavoratori "a tempo", cercando di individuare quali saranno le figure professionali prevalenti, o se ci sarà una trasformazione dell'offerta e quindi delle caratteristiche dei lavoratori.

L'opinione condivisa dagli operatori del settore è che ci sarà certamente una diffusione del lavoro interinale, con conseguente aumento delle missioni, dettata principalmente dal maggiore utilizzo di questo strumento da parte delle aziende. La domanda sarà sempre più specifica e questo si rifletterà naturalmente sulle qualità richieste al lavoratore, qualunque sia il settore professionale di appartenenza. Fondamentale poi sarà senza dubbio avere delle conoscenze informatiche, e questo varrà anche per i profili professionali più bassi.

“Stiamo andando verso una specializzazione delle richieste del mercato, quindi una segmentazione del parco clienti per settori produttivi. Sostanzialmente ci saranno delle società di lavoro temporaneo che saranno generaliste e società che saranno delle specialiste su alcuni segmenti.”

A detta di un discreto numero di operatori ci sarà, inoltre, un rallentamento della richiesta da parte dei settori produttivi, ma in compenso la domanda aumenterà sul versante dei servizi. Si punterà sui profili medio alti, ma anche su una serie di figure professionali più basse, tra i quali certamente gli operatori di call center e gli addetti alle vendite, senza tralasciare la grossa fetta degli impiegati, destinata a crescere nei prossimi anni.

“Si tratta anche di una questione territoriale: qui da noi l'area produzione è in declino, mentre i servizi aumentano.”

Si renderà, quindi, necessario attuare un programma serio e mirato di formazione, capace di "trasformare" i lavoratori con competenze generiche in figure professionali specializzate. Tra i vari attori chiamati a svolgere questo compito ci saranno del resto le stesse Agenzie di lavoro interinale, che nei prossimi anni punteranno proprio ad aumentare la gamma dei servizi offerti sia per i lavoratori che per le aziende, creando degli sportelli "mirati" per ogni settore della domanda e concentrandosi nella formazione.

“In particolare per i nostri candidati vogliamo diventare dei centri di riferimento per trovare lavoro, proponendo non solo opportunità di occupazione, ma anche fornendo orientamento e formazione, un aiuto nelle scelte di percorso lavorativo che spesso si debbono

affrontare: una sorta di consulenza e di guida per lo sviluppo e la crescita professionale o per la riqualificazione.”

Corsi di formazione sono, in realtà, già attualmente previsti, anche se differiscono da Agenzia ad Agenzia. Tutte le Agenzie, infatti, svolgono corsi di formazione base, ossia brevi corsi che hanno come oggetto i meccanismi aziendali, il lavoro interinale, la riforma Biagi, i diritti e i doveri dei lavoratori, la stesura del curriculum e la legge 626 (sicurezza sul luogo di lavoro). Alcune Agenzie, poi, inseriscono percorsi formativi complementari, quali corsi di informatica, corsi di contabilità generale e corsi di lingua italiana dedicati agli stranieri.

Grazie a FORMA.TEMP (fondo per la formazione dei lavoratori temporanei), buona parte delle Agenzie realizza, in collaborazioni con società specializzate o con le stesse aziende clienti, corsi gratuiti di formazione finalizzati all'inserimento professionale. Tre le tipologie di formazione proposte, aldilà della formazione base (che come abbiamo visto viene effettuata dalla totalità delle Agenzie), abbiamo la formazione on the job, ossia l'addestramento professionale direttamente presso le aziende clienti; e la formazione professionale, con l'obiettivo di trasmettere competenze specifiche e trasversali volte a permettere un inserimento del lavoratore in azienda rapido ed efficace.

Accanto all'allargamento dei servizi proposti e al miglioramento dell'offerta formativa, secondo gli operatori del settore, sarebbe auspicabile anche un processo di specializzazione interno alle stesse Agenzie che diversifichi l'offerta delle filiali presenti sul territorio, al fine di segmentare il parco clienti. In questo modo si potrebbe in parte arginare la concorrenza generalizzata, che come abbiamo visto rappresenta un ostacolo nei rapporti tra Agenzie e imprese clienti. Non è un caso, del resto, che alcuni risultati particolarmente positivi siano stati registrati proprio presso le Agenzie specializzate in uno specifico segmento di mercato.

Le tendenze e gli obiettivi di miglioramento fin qui esposti contribuiranno, senza dubbio, a migliorare anche il contesto psicologico in cui agiscono i lavoratori interinali della provincia napoletana, fermamente ancorati all'idea del lavoro "fisso" e pertanto ostinati nel vedere l'interinale come una fase introduttiva all'impiego stabile, con il conseguente carico di frustrazioni. È questo, in realtà, un aspetto che, secondo i rappresentanti delle Agenzie, è destinato a scomparire nei prossimi anni, poiché già le recenti generazioni mostrano di aver compreso come il lavoro interinale rappresenti un importante strumento di flessibilità del mercato del lavoro sia per le aziende che per gli stessi lavoratori.

Le caratteristiche comportamentali, difatti, non sono secondarie rispetto alle competenze tecniche, tanto è vero che alla domanda sulle **caratteristiche peculiari del lavoratore a tempo**, quasi il 40% dei rappresentanti di filiale intervistati ha risposto proprio la flessibilità, accompagnata da una buona capacità di adattamento. Al lavoratore temporaneo non viene richiesta soltanto l'esecuzione di una mansione, ma disponibilità ed affidabilità, nonché uno spirito dinamico ed ambizioso, contrassegnato dalla ferma volontà di emergere.

IV.5.11) Le organizzazioni clienti

L'ultima fase della nostra indagine presso le Agenzie di lavoro interinale ha, infine, cercato di delineare i tratti prevalenti delle aziende che utilizzano i loro servizi, il tipo di rapporto che intercorre tra le Agenzie e le imprese clienti, nonché la frequenza dei contatti, ed infine quali sono i settori privilegiati nell'utilizzo del lavoro interinale e quali le figure professionali interessate.

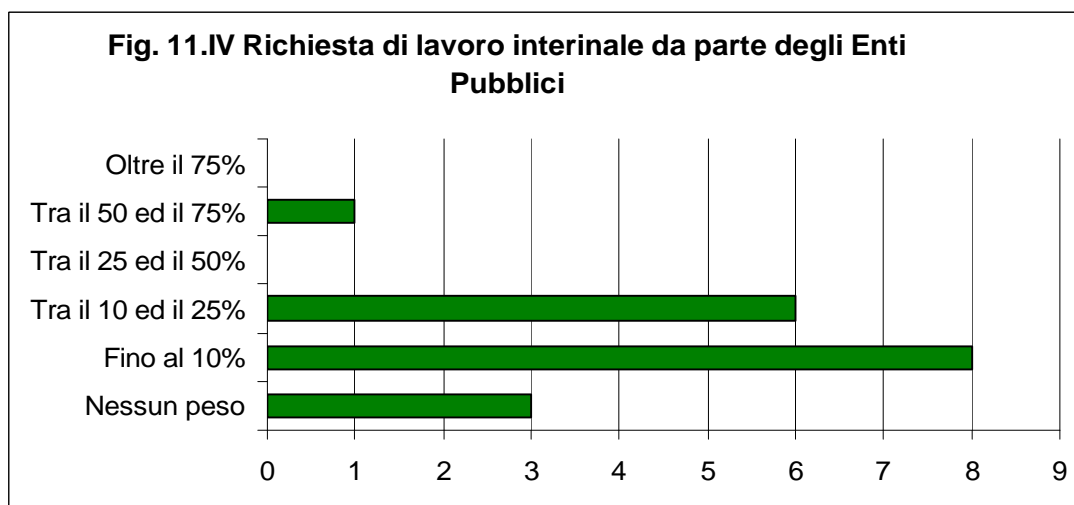
IV.5.12) Caratteristiche delle imprese clienti

In generale, **il numero delle imprese clienti che si rivolgono alle Agenzie di lavoro interinale** è piuttosto basso: 9 interpellati su 19 hanno dichiarato un numero di aziende clienti nell'arco del 2003 inferiore a 100; anche se va registrata qualche eccezione, come quella di due Agenzie che hanno dichiarato circa 1000 rapporti, ma in questo caso si tratta di grosse società attive sul territorio nazionale già da alcuni anni. Questi dati non rappresentano comunque il panorama completo, poiché molti interlocutori, non particolarmente propensi a dare informazioni, non hanno risposto al quesito o hanno preferito fornire risposte generiche.

Il numero non particolarmente alto delle imprese che si rivolgono alle Agenzie di lavoro interinale non deve ingannare sugli effettivi scambi che avvengono tra queste due realtà: infatti, le imprese si rivolgono con una certa frequenza alle Agenzie. Quasi la metà degli operatori dichiara in proposito che le imprese clienti si sono avvalse dei loro servizi più di una volta al mese, e tutte le filiali, in ogni caso, ricevono richieste di intervento almeno una volta ogni sei mesi.

Abbiamo notato, inoltre, che dal momento in cui è stato possibile **l'utilizzo dell'interinale da parte degli Enti Pubblici**, questo tipo di domanda ha rappresentato una fetta importante del settore, certamente destinata a crescere negli anni. A questo proposito

abbiamo interrogato gli operatori circa il peso degli Enti Pubblici nella richiesta di lavoro interinale.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Gli Enti Pubblici, come mostrano i dati raccolti, stanno registrando un peso crescente tra gli utilizzatori del lavoro interinale. Infatti, solo 3 su 19 interpellati dichiarano di non intrattenere alcun rapporto con gli Enti Pubblici (ma si tratta di Agenzie molto “giovani” e quindi non ancora sufficientemente note o di Agenzie fortemente orientate verso settori scientifici o commercio); e un’Agenzia, che ha scelto strategicamente di porsi come punto di riferimento per l’interinale nella Pubblica Amministrazione, ha affermato che il peso della richiesta di lavoratori interinali da parte degli Enti Pubblici oscilla tra il 50% e il 75%. Tutte le Agenzie, comunque, vedono in questo segmento un’importante opportunità di sviluppo, perché questo è l’unico mezzo attraverso cui gli Enti Pubblici possono far fronte ad esigenze e a picchi che richiedono un incremento del personale. Ogni altro metodo richiederebbe, infatti, una procedura concorsuale troppo lenta e costosa rispetto alle esigenze.

Passiamo ora ad analizzare **i settori di appartenenza delle aziende clienti** che si rivolgono alle Agenzie di lavoro interinale. La domanda rivolta agli interessati è stata formulata in forma aperta, consentendo un massimo di tre indicazioni circa i settori di appartenenza delle imprese clienti, le risposte sono state successivamente classificate e raccolte per macro-settori. Com’è noto i dati delle associazioni di categoria mostrano una netta prevalenza del settore metalmeccanico, ed in base alla lettura dei nostri dati anche a Napoli e in provincia questa affermazione trova la sua conferma. Il lavoro interinale, d’altronde, nasce proprio per coprire le esigenze delle aziende manifatturiere, e nella nostra

provincia quasi il 50% degli intervistati afferma che le richieste più frequenti giungono proprio da questo settore. Dall'analisi delle affermazioni di tutte le Agenzie interpellate, però, si evidenzia che in realtà sono molteplici i settori rappresentati, e ciò non fa che confermare la vasta estensione delle possibilità di utilizzo del lavoro interinale. Ciò è un effetto sia dell'allargamento delle possibilità di utilizzo di questo tipo di rapporto di lavoro a categorie di soggetti inizialmente escluse, sia dei contratti recentemente siglati tra le parti sociali in alcuni settori, come ad esempio il pubblico impiego e l'edilizia. In altre parole nella provincia di Napoli, tutti i settori (come mostra la tabella seguente) dal manifatturiero, al commercio, ai servizi, al terziario, utilizzano in misura diversa i servizi delle Agenzie di lavoro interinale.

Tab. 3.IV Settori di appartenenza delle aziende clienti

Settori che richiedono il maggior numero di lavoratori interinali	
metalmeccanico	29%
servizi	16%
commercio	13%
sanitario	6%
telecomunicazioni	6%
aeronautico	3%
trasporti	3%
pubblica amministrazione	3%
turistico	3%
alimentare	3%
chimico	3%
grande distribuzione	3%
imprese di manutenzione	3%
elettrico	3%
edilizio	3%
Totale	100%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Le motivazioni alla base di questa "classifica" sono fondamentalmente legate a stagionalità e picchi di produzione, nonché alla necessità da parte delle imprese clienti di reclutare personale altamente specializzato, cosa che viene garantita dall'utilizzo dell'Agenzia interinale e dai suoi criteri di selezione. Il settore metalmeccanico è, inoltre, favorito dalla presenza di diverse imprese operanti in questo settore sul nostro territorio, nonché dalla sua

stessa struttura che necessita frequentemente di lavoratori temporanei; mentre i settori legati al commercio e all'edilizia registrano la necessità di un ricambio continuo di risorse.

Sebbene la maggior parte delle Agenzie affermi di riuscire a far fronte alle richieste che provengono dalle imprese, si riscontra una certa difficoltà nel reperire alcune professionalità specifiche. Paradossalmente, è proprio nel settore metalmeccanico che incontriamo **le figure più difficili da reperire**, ossia quelle degli operai specializzati. Forse ciò accade in virtù di richieste troppo specifiche e particolari da parte delle aziende, o perché probabilmente le figure altamente specializzate non sono coinvolte dal fenomeno della disoccupazione e quindi non rientrano nella banca dati delle Agenzie interinali.

“(Ci sono particolari figure professionali a cui non riuscite a far fronte?) Sì, operai specializzati, come il saldatore che sappia fare le saldature in opera...Sono talmente pochi che quando esistono non sono disoccupati.”

Il **profilo dimensionale delle aziende** che si rivolgono alle Agenzie mostra che le aziende di medie dimensioni sono più presenti di quelle di medio-grandi dimensioni, mentre le imprese piccolissime e quelle grandi rappresentano una quota minore. Il ricorso al lavoro interinale non è quindi ad esclusivo appannaggio delle imprese con alto numero di addetti: il 36% delle filiali intervistate ha in prevalenza imprese clienti con una dimensione compresa tra i 15 e i 50 addetti, mentre un altro 36% ha imprese clienti che hanno una dimensione tra i 51 e i 100 addetti.

Tab. 4.IV Profilo dimensionale delle aziende

Dimensioni delle aziende clienti	
Meno di 15 addetti	5%
Da 15 a 50 addetti	36%
Da 51 a 100 addetti	36%
Oltre 100 addetti	23%
Totale	100%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

“(Qual è la dimensione prevalente dell'azienda che richiede lavoro temporaneo nella provincia di Napoli?) Per la maggior parte si tratta di aziende da 51 a 100 addetti, abbiamo avuto sempre grosse aziende, dal 2003 stanno diventando più piccole...”

Questa tendenza, confermata anche dal rapporto IRES, si spiega con il fatto che sono proprio le imprese fino a 50 addetti ad avere maggior bisogno di strumenti di flessibilità e ad essere meno disposte a spendere tempo e risorse per la selezione e la gestione della manodopera. Le grandi imprese, invece, hanno una propria struttura interna per la gestione del personale, capace di fronteggiare esigenze di flessibilità. Il peso modesto delle piccolissime aziende si giustifica, infine, con la connaturata capacità di gestire i bisogni di elasticità e con i costi delle Agenzie interinali talvolta troppo elevati per le imprese con meno di 15 addetti. Il dato da sottolineare, in ogni caso, è che la dimensione non è un vincolo all'utilizzo dello strumento, ossia tutte le imprese sono potenzialmente interessate all'interinale.

L'indagine ha poi permesso di sondare **il grado di "fedeltà" delle imprese clienti alle Agenzie**: più della metà degli interpellati afferma che le imprese clienti non si rivolgono in via esclusiva ad una sola Agenzia. Da questo discorso esulano quelle Agenzie specializzate su settori o figure professionali specifiche, che stabiliscono legami di fiducia con le aziende, preesistenti al contratto di lavoro interinale.

Nel complesso tutti i rappresentanti delle filiali intervistati sostengono di soddisfare pienamente le richieste delle organizzazioni, imprese ed enti, che richiedono i loro servizi. Questo dato scaturisce dalle **motivazioni per le quali le organizzazioni sono spinte a rivolgersi alle Agenzie**, motivazioni che gli stessi operatori del settore hanno individuato: prima fra tutte, la qualità e l'efficienza del servizio, nonché la tempestività della risposta e la capacità di problem solving. Seguono la fiducia e la possibilità immediata di fronteggiare la mancanza di personale nei periodi di picco produttivo con addetti professionalmente adeguati, nonché la facoltà di servirsi di forme contrattuali estremamente flessibili.

Per il futuro gli operatori del settore prevedono non solo una conferma di questi dati, ma un ulteriore incremento della domanda da parte delle imprese e degli enti pubblici, grazie anche ad una maggiore conoscenza e una più diffusa cultura del lavoro "a tempo".

“Vediamo il panorama molto roseo, sia perché le figure professionali si stanno adeguando e c'è maggiore consapevolezza nelle persone che accettano con facilità le missioni; sia perché le aziende hanno più dimestichezza con questo strumento e non pensano di essere ingannati ...hanno più fiducia.”

La cultura del lavoro interinale, quindi, non solo si sta diffondendo presso i lavoratori della provincia di Napoli, che come abbiamo visto hanno sempre più dimestichezza con questo strumento, ma anche presso le aziende, che ne hanno capito i vantaggi. Questo dato è ancora una volta frutto, non solo di eventi contingenti, ma di una mirata attività di

promozione da parte delle stesse Agenzie che, utilizzando le classiche tipologie di attività commerciale, quali relazioni personali, marketing diretto e campagne pubblicitarie, partecipazione ad eventi e fiere di settore, contribuiscono a diffondere ed incrementare l'utilizzo di questo tipo di contratto. Orientarsi verso la specializzazione può, inoltre, risultare ancora una volta un utile strumento di differenziazione: segmentare il mercato anche dal punto di vista della domanda potrebbe rivelarsi vantaggioso. Nella realtà della provincia napoletana del resto, esistono già alcune Agenzie che sono specializzate in un unico settore, che hanno cioè un rapporto con l'impresa cliente o con il settore di riferimento univoco e fortemente dipendente, come *In tempo* che recluta solo lavoratori per le aziende che gravitano intorno al porto, o *Innovex* e *Marvecs* che forniscono soltanto informatori medico scientifici alle case farmaceutiche.

Cap. V - L'analisi della domanda: indagine sulle aziende della provincia di Napoli

V.1) Metodologia e campione

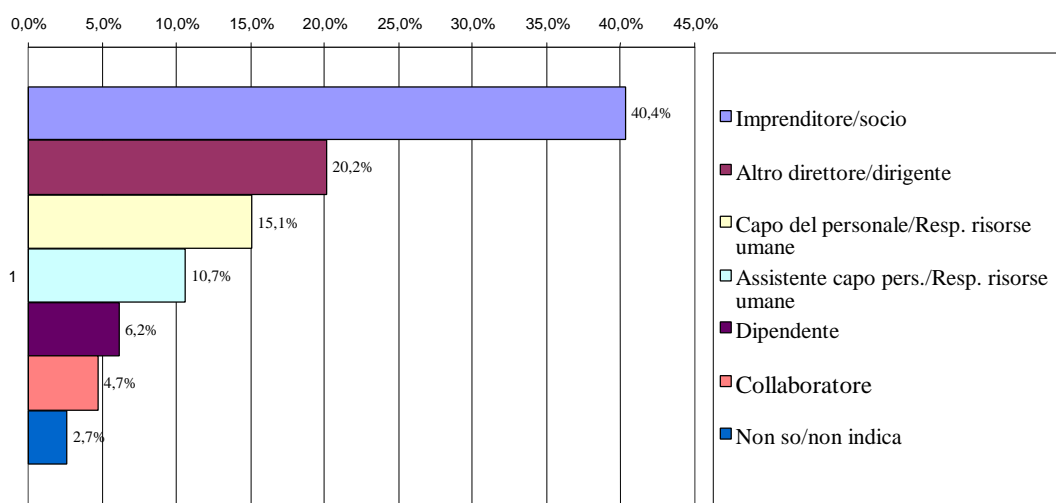
Metodologia

Lo studio sulla domanda di lavoro interinale è stato effettuato attraverso la somministrazione di un questionario telefonico ad un campione di 336 aziende della provincia di Napoli. Il lavoro è stato svolto da intervistatori professionisti, specializzati nelle interviste telefoniche, che collaborano stabilmente con la società Focus Marketing. L'indagine è stata realizzata nella seconda metà del mese di Marzo 2004.

Prima dell'avvio della rilevazione, è stata effettuata una sessione di addestramento durante la quale gli intervistatori sono stati formati relativamente all'obiettivo dell'indagine, sul questionario, sulla modalità di conduzione dell'intervista e sulle condizioni di eleggibilità del campione.

Per quanto concerne quest'ultimo punto, in particolare, il criterio utilizzato è stato quello di contattare le aziende chiedendo di parlare con la persona che si occupa della gestione delle risorse umane. Nella maggioranza dei casi, essendo la realtà napoletana caratterizzata da aziende di dimensione medio-piccola, dove non sempre è presente una figura specifica, quale il capo del personale, i soggetti intervistati sono stati l'imprenditore, un socio o altri dirigenti aziendali che si occupano della gestione delle risorse.

Fig. 1.V Ruolo dell'intervistato in azienda
(Valori%; Base: totale campione: 336)



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

L'universo

L'universo di riferimento dell'indagine è costituito dalle 184.728 aziende ubicate nella provincia di Napoli e "registrate", al 2003, negli archivi Unioncamere, Movimprese, al netto delle aziende appartenenti all'Agricoltura, caccia e silvicoltura e di quelle "non classificate".

Tab. 1.V Aziende ubicate nella provincia di Napoli

	Numerosità	Valori percentuali
Industria	45.591	24,68%
Commercio	90.999	49,26%
Servizi	48.138	26,06%
Totale	184.728	100,00%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

La distribuzione territoriale delle aziende è stata costruita sulla base dei dati relativi alla consistenza imprenditoriale delle aree sovracomunali, così come delineate all'interno del Documento di Programmazione dello Sviluppo Economico (DPSE) della provincia di Napoli.

Il territorio è stato ripartito in tre macro-aree territoriali e rispettivamente:

1) la macro-area territoriale di "Napoli", che coincide con il territorio metropolitano;

2) la macro-area territoriale definita "Nord Napoli e Aree interne" in cui sono confluiti

i seguenti comuni:

<i>Calvizzano</i>	<i>Casalnuovo</i>	<i>Camposano</i>
<i>Giugliano in Campania</i>	<i>Castel di Cisterna</i>	<i>Casamarciano</i>
<i>Marano di Napoli</i>	<i>Mariglianella</i>	<i>Cicciano</i>
<i>Mugnano</i>	<i>Pomigliano d'Arco</i>	<i>Cimitile</i>
<i>Qualiano</i>	<i>Carbonara di Nola</i>	<i>Comiziano</i>
<i>Villaricca</i>	<i>Cercola</i>	<i>Liveri</i>
<i>Arzano</i>	<i>Ottaviano</i>	<i>Marigliano</i>
<i>Casandrino</i>	<i>Palma Campania</i>	<i>Nola</i>
<i>Casavatore</i>	<i>Poggioreale</i>	<i>Roccarainola</i>
<i>Casoria</i>	<i>Pollena Trocchia</i>	<i>S.Paolo Belsito</i>
<i>Crispano</i>	<i>S.Gennaro Vesuviano</i>	<i>San Vitaliano</i>
<i>Frattamaggiore</i>	<i>S. Giuseppe Vesuviano</i>	<i>Saviano</i>
<i>Frattaminore</i>	<i>S.Sebastiano al Vesuvio</i>	<i>Scisciano</i>
<i>Grumo Nevano</i>	<i>Sant'Anastasia</i>	<i>Tufino</i>
<i>Melito</i>	<i>Somma Vesuviana</i>	<i>Visciano</i>
<i>Sant'antimo</i>	<i>Striano</i>	
<i>Acerra</i>	<i>Terzigno</i>	
<i>Afragola</i>	<i>Volla</i>	
<i>Brusciano</i>	<i>Massa di Somma</i>	
<i>Caivano</i>		
<i>Cardito</i>		

3) la macro-area della Penisola Sorrentina e Isole, relativa alla costa metropolitana, alla penisola e alle isole; nello specifico si fa riferimento a comuni di:

<i>Bacoli</i>	<i>Agerola</i>
<i>Monte di procida</i>	<i>Casola di napoli</i>
<i>Pozzuoli</i>	<i>Gragnano</i>
<i>Quarto</i>	<i>Lettere</i>
<i>Boscoreale</i>	<i>Massa Lubrense</i>
<i>Boscotrecase</i>	<i>Meta di Sorrento</i>
<i>Castellamare di Stabia</i>	<i>Piano di Sorrento</i>
<i>Pompei</i>	<i>Pimonte</i>
<i>Portici</i>	<i>Sant'Agnello</i>
<i>Ercolano</i>	<i>Sorrento</i>
<i>S. Giorgio a Cremano</i>	<i>Vico Equense</i>
<i>Sant'Antonio Abate</i>	<i>Anacapri</i>
<i>Torre Annunziata</i>	<i>Capri</i>
<i>Torre del Greco</i>	<i>Barano d'Ischia</i>
<i>S.Maria la Carità</i>	<i>Casamicciola Terme</i>
<i>Trecase</i>	<i>Forio d'Ischia</i>
	<i>Ischia</i>
	<i>Lacco Ameno</i>
	<i>Serrara Fontana</i>
	<i>Procida</i>

La distribuzione percentuale delle aggregazioni territoriali definite è la seguente:

Tab. 2.V Aggregazioni territoriali

	Percentuale
Napoli	35,9
Penisola sorrentina/Isole	27,4
Nord Napoli e arre interne	36,7
Totale	100

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Campione

Il numero totale di aziende intervistate è stato pari a 337. Per analizzare la diffusione del lavoro interinale nella provincia di Napoli e verificarne le modalità di utilizzo, si è proceduto a strutturare il campione complessivo in due sotto campioni specifici ma complementari ai fini dello studio.

Un primo campione, composto da 237 aziende, è stato costruito per quote coerentemente con la distribuzione dell'universo delle imprese della Provincia di Napoli per settore e area territoriale.

L'individuazione delle aziende da intervistare è avvenuta estraendo casualmente i nominativi presenti sugli elenchi telefonici della provincia. In questa fase, non sono state considerate particolari condizioni di eleggibilità al di là dei settori e dell'area territoriale in analisi. Le aziende interpellate sono state considerate utilizzatrici o non utilizzatrici di lavoro interinale sulla base del dichiarato utilizzo di lavoratori interinali nel corso degli anni 2002 e 2003.

L'approccio metodologico utilizzato ha consentito di contattare e intervistare casualmente sia le aziende utilizzatrici che quelle non utilizzatrici di lavoro interinale e di dimensionare quantitativamente la diffusione del lavoro interinale nella provincia di Napoli. Da tale campione sono emerse 11 aziende utilizzatrici di lavoro interinale, con una incidenza pari al 4,6%. Il campione delle 237 aziende ha costituito il riferimento per l'analisi sulle aziende non utilizzatrici.

La distribuzione del campione è illustrata nella tavola seguente.

Tab. 3.V Campione di aziende non utilizzatrici di lavoro interinale

Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
Totale	Produzione/industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
237	40	16	53	128	85	67	85	94	81	33	23
	16,9%	6,8%	22,4%	54,0%	35,9%	28,3%	35,9%	39,7%	34,2%	13,9%	9,7%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Al fine di ottenere un campione sperimentale di 100 aziende utilizzatrici di lavoro interinale si è proceduto, quindi, a reclutare altre 89 aziende utilizzatrici. L'individuazione di tali aziende è avvenuta in maniera finalizzata, contattando le aziende che presumibilmente fossero utilizzatrici dello strumento, sulla base delle evidenze emerse dall'analisi casuale, effettuata sul campione di 237 aziende, ed in considerazione di indicazioni provenienti dai colloqui con le Agenzie di lavoro interinale.

La distribuzione delle 100 aziende utilizzatrici è ripartita in maniera abbastanza uniforme tra i settori produttivi; meno uniforme risulta invece la distribuzione territoriale.

Tab. 4.V Distribuzione delle aziende utilizzatrici

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Produzione/Industria	30	30,0	30,0
Produzione/Costruzioni	5	5,0	35,0
Servizi	35	35,0	70,0
Commercio	30	30,0	100,0
Totale	100	100,0	

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Il campione complessivo di 337 aziende, risultante dalla somma dei due sub-campioni, è quindi composto da 237 aziende non utilizzatrici e 100 aziende utilizzatrici di lavoro interinale. La sua distribuzione non si discosta molto da quella dell'universo delle aziende della provincia di Napoli.

Tab. 5.V Campione complessivo aziende utilizzatrici / non utilizzatrici

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Produzione/Industria	70	20,8	20,8
Produzione/Costruzioni	21	6,2	27,0
Servizi	88	26,1	53,1
Commercio	158	46,9	100,0
Totale	337	100,0	

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Tab. 6.V Universo aziende della provincia di Napoli

	Frequenza	Percentuale	Percentuale cumulata
Napoli	53	53,0	53,0
Penisola sorrentina/Isole	9	9,0	62,0
Nord Napoli e aree interne	38	38,0	100,0
Totale	100	100	

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Si tratta prevalentemente di aziende di dimensione medio-piccola. Il 73% di queste presenta infatti un numero di dipendenti inferiore a 20 e quasi il 60% inferiore a 10.

Tab. 7.V Numero di dipendenti utilizzati dalle aziende

	Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
1-3	96	28,5	29,4	29,4
4-10	92	27,3	28,2	57,7
11-20	50	14,8	15,3	73,0
Oltre 20	88	26,1	27,0	100,0
Totale	326	96,7	100,0	
N.r.	11	3,3		
	337	100,0		

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

L'età anagrafica, inoltre, sembra essere piuttosto giovane. Quasi il 70% di queste infatti ha iniziato l'attività da meno di 20 anni.

Tab. 8.V Età anagrafica delle aziende

	Frequenza	Percentuale	Percentuale valida
> 5 anni	92	27,3	27,5
da 5 a 10 anni	64	19,0	19,2
da 10 a 20 anni	70	20,8	21,0
> 20 anni	107	31,8	32,0
Non so	1	0,3	0,3
Totale	334	99,1	100,0
N.r.	3	0,9	
	337	100,0	

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Il mercato principale di riferimento rimane comunque l'ambito locale /regionale.

Tab. 9.V Mercato principale di riferimento

	Frequenza	Percentuale	Percentuale valida
Locale	134	39,8	40,5
Regionale	74	22,0	22,4
Meridionale	15	4,5	4,5
Nazionale	86	25,5	26,0
Internazionale	22	6,5	6,6
Totale	331	98,2	100,0
N.r.	6	1,8	
	337	100,0	

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Il questionario

Il questionario utilizzato (riportato in allegato) è composto da 50 items (44 domande più i dati strutturali), prevalentemente a risposta precodificata. Su alcune domande, relative all'opinione generale sul lavoro interinale, ai motivi di utilità/non utilità dell'interinale e quelle relative ai profili dei lavoratori interinali richiesti si è invece preferito far rispondere liberamente gli intervistati. Ciò ha consentito da una parte di raccogliere spontaneamente l'atteggiamento degli intervistati sul tema e dall'altra di esaminare in maniera dettagliata le possibili professioni coinvolte tramite tale forma di lavoro.

Il questionario è stato suddiviso in quattro sezioni: una sezione generale che è stata sottoposta a tutte le 337 aziende; due sezioni specifiche somministrate, una alle aziende utilizzatrici di lavoro interinale, l'altra alle aziende non utilizzatrici; una sezione finale relativa ai dati strutturali delle aziende intervistate.

La prima sezione (D.1 – D.11) ha riguardato l'approfondimento di opinioni e atteggiamenti sul lavoro interinale oltre la rilevazione dell'utilizzo o mancato utilizzo dello strumento e di altre forme di lavoro a tempo determinato. Nello specifico sono state raccolte informazioni circa la conoscenza del lavoro interinale; il giudizio circa l'utilità dello strumento (indagato attraverso una scala di attribuzione a 4 livelli: molto utile, abbastanza utile, poco, per niente utile); i motivi per cui si ritiene utile o non utile tale modalità di lavoro; la percezione circa i maggiori vantaggi e gli svantaggi del lavoro interinale. E' stato rilevato inoltre l'utilizzo in generale e negli ultimi due anni (2002 e 2003) dello strumento; l'utilizzo di altre forme di lavoro a tempo determinato e le relative forme utilizzate; i canali prevalenti di reclutamento dei lavoratori.

La seconda sezione (D.12 – D.36) ha interessato, invece, l'utilizzo del lavoro interinale presso le aziende utilizzatrici nonché il profilo e le caratteristiche professionali dei lavoratori coinvolti. Sono state approfondite le intenzioni future delle aziende circa l'utilizzo dello strumento e, in particolare, le figure professionali che si intendono coinvolgere in futuro. E' stata rilevata, inoltre, una valutazione della qualità del servizio offerto dalle Agenzie in generale e su singoli aspetti del servizio quali i tempi di risposta, la formazione dei lavoratori, il rapporto qualità – prezzo del servizio e la professionalità dei lavoratori.

La terza sezione (D.37 – D.44) è stata finalizzata alle aziende non utilizzatrici di lavoro interinale. In tale sezione, infatti, sono state indagate le motivazioni circa il mancato utilizzo dello strumento, le intenzioni future circa l'utilizzo dello strumento e, in particolare, le figure professionali che si intendono coinvolgere.

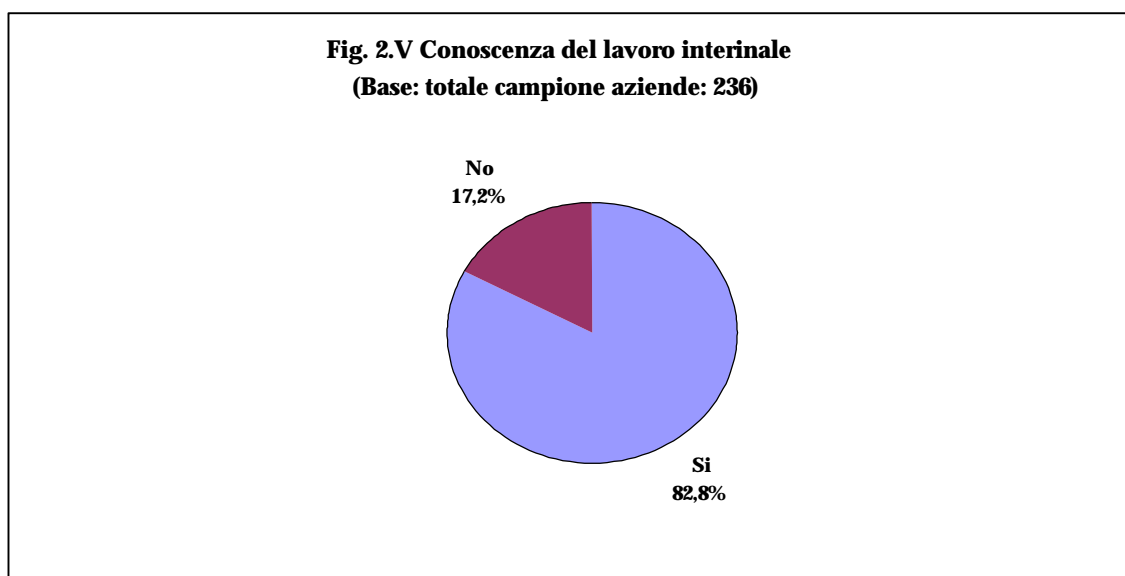
Nell'ultima sezione (A-G) sono state raccolte le principali caratteristiche dell'azienda relativamente al settore di attività in cui opera, all'area territoriale in cui è ubicata l'azienda, all'anzianità, al mercato di riferimento, al numero di addetti, all'andamento attuale del fatturato nonché alle previsioni future.

V.2) La conoscenza del lavoro interinale

La prima informazione indagata presso le aziende in campione ha riguardato il grado di conoscenza del "lavoro interinale", esplicitamente presentato agli intervistati come modalità di "affitto" di dipendenti per un tempo determinato (missione), attraverso la mediazione di agenzie specializzate.

Dai dati raccolti è emerso chiaramente come una larghissima parte delle imprese della provincia di Napoli (circa l'83%) si dichiara informata rispetto a tale modalità di reclutamento delle risorse, laddove poco più del 17% delle imprese intervistate ha risposto di non conoscere del tutto il lavoro interinale.

Quest'ultimo risultato, molto probabilmente, è spiegabile in considerazione delle specificità strutturali del tessuto imprenditoriale napoletano, ancora caratterizzato da una consistente presenza di piccole aziende, spesso a carattere familiare, poco competenti rispetto a forme di lavoro (e di organizzazione) non "tradizionali".



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

In tal senso, non sorprende come la conoscenza del lavoro interinale sia pressoché totale presso le aziende con un numero di addetti superiore a 20 (97%) - mostrando,

addirittura, una progressione regolare e continua al crescere della dimensione media - e presso i segmenti più moderni e più innovativi dell'offerta (Servizi: 92%), dunque in attività per le quali il contenuto di conoscenza e informazioni costituisce, in molti casi, la base stessa del "prodotto" e della consulenza realizzata.

Infine, le aziende più informate sembrano essere quelle situate a Napoli (91%), vale a dire nell'area territoriale dove si registra la più alta concentrazione di Agenzie di Lavoro Temporaneo e dove è localizzata la quota sicuramente più significativa delle attività direzionali e terziarie.

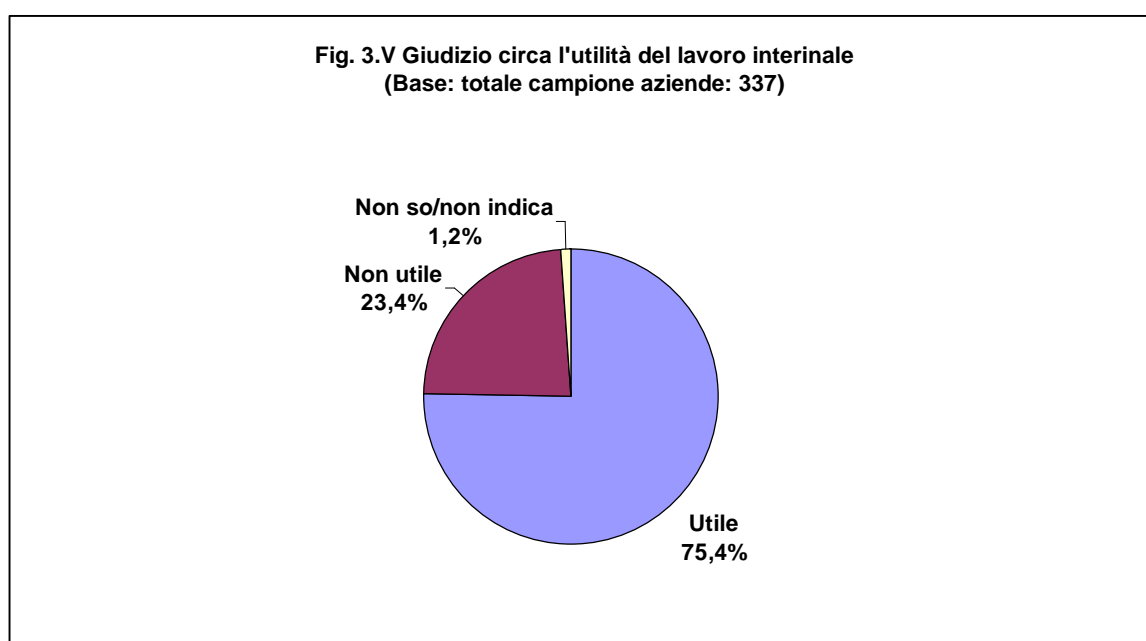
Tab. 10.V La conoscenza del lavoro interinale

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Si	82,8%	85,7%	85,7%	92,0%	75,9%	90,6%	72,4%	80,5%	72,9%	77,2%	84,0%	96,6%
No	17,2%	14,3%	14,3%	8,0%	24,1%	9,4%	27,6%	19,5%	27,1%	22,8%	16,0%	3,4%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

V.3) L'utilità

Un'ulteriore area di indagine ha riguardato l'opinione delle aziende circa l'utilità dello strumento. Dall'analisi dei dati risulta chiaramente come il lavoro interinale sia ritenuto



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

molto/abbastanza utile da oltre i tre quarti del campione intervistato (75,4%), con differenze che risentono, ancora una volta, della dimensione aziendale, del settore produttivo e dell'area territoriale che contraddistingue la singola azienda.

Valutazioni particolarmente positive sono state espresse, infatti, soprattutto da parte delle aziende "maggiori" (80,7%) – con una "apertura di credito" che, nuovamente, si dimostra significativamente crescente all'aumentare della dimensione operativa delle imprese. Analogamente, molto "singolare" ed apprezzabile è il riconoscimento di utilità registrato presso le imprese delle Costruzioni (85,7%) e, quindi, in un settore che per caratteristiche e condizioni di "produzione" si dimostra particolarmente sensibile e strutturalmente interessato a forme di flessibilità e di "controllo" nell'impiego della manodopera.

Tab. 11.V L' utilità del lavoro interinale

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Utile	75,4%	77,1%	85,7%	73,9%	74,1%	76,8%	68,4%	78,0%	69,8%	71,7%	80,0%	80,7%
Non utile	23,4%	18,6%	14,3%	26,1%	25,3%	22,5%	31,6%	19,5%	29,2%	26,1%	18,0%	19,3%
Non so/non	1,2%	4,3%	0,0%	0,0%	0,6%	0,7%	0,0%	2,4%	1,0%	2,2%	2,0%	0,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

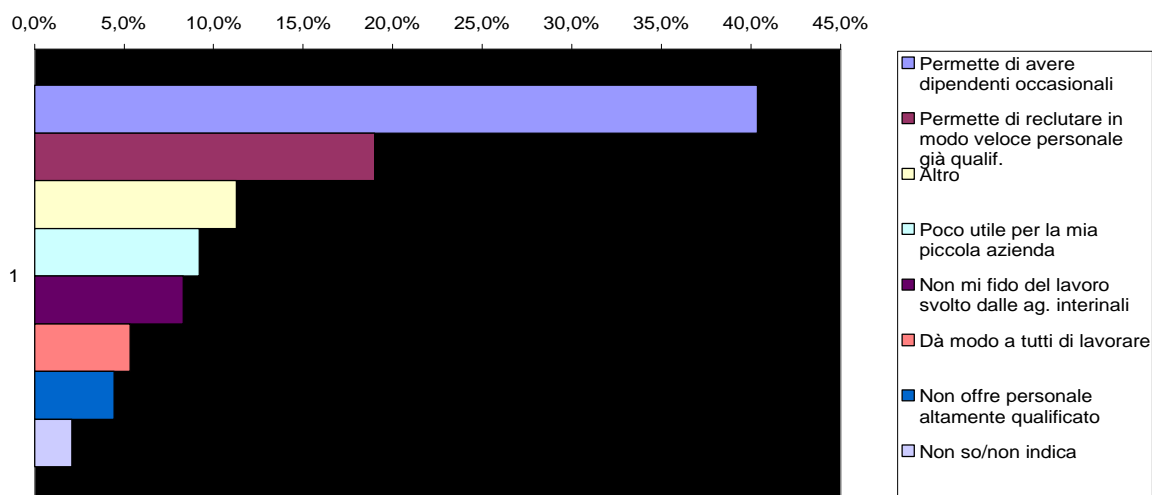
Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

D'altra parte, il motivo più generale per cui il lavoro interinale è considerato utile sembra essere insito nella natura stessa dello strumento, che consente di acquisire, appunto, manodopera "temporanea" con una certa celerità ed efficacia.

Dal punto di vista delle imprese, infatti, l'utilità del lavoro interinale viene ascritta, in primis, alla possibilità di "poter usufruire di lavoratori occasionali" (40,4%); vantaggio questo particolarmente apprezzato dalle aziende che "tradizionalmente" fanno uso di rapporti di lavoro a tempo determinato (Costruzioni: 47,6%), oltre che da quelle di dimensione maggiore (20 addetti e più: 53,4%) per le quali, evidentemente, già la gestione delle risorse strutturalmente occupate nel ciclo ordinario di produzione costituisce un argomento delicato e impegnativo.

Fig. 4.V Motivi per cui si ritiene utile/non utile il lavoro interinale

(Base: totale campione aziende:337)



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Sebbene a grande distanza dal “motivo” precedente, anche la possibilità offerta da questo strumento di “reclutare in modo veloce personale già qualificato”, viene considerata un fattore utile, soprattutto, in questo caso, dalle aziende commerciali (20,9%) e da quelle medio-piccole (24%).

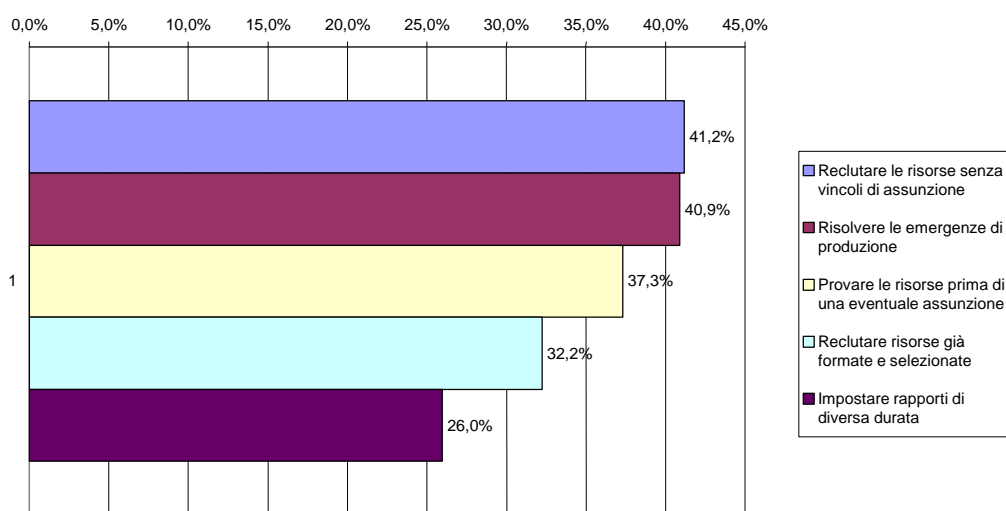
Tab. 12.V L'utilità del lavoro interinale

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Permette di avere dipendenti occasionali	40,4%	45,7%	47,6%	39,8%	37,3%	40,6%	35,5%	43,1%	34,4%	37,0%	36,0%	53,4%
Permette di reclutare in modo veloce personale	19,0%	14,3%	14,3%	20,5%	20,9%	21,0%	17,1%	17,9%	15,6%	21,7%	24,0%	17,0%
Dà modo a tutti di lavorare	5,3%	2,9%	14,3%	2,3%	7,0%	5,8%	5,3%	4,9%	7,3%	5,4%	6,0%	2,3%
Poco utile per la mia piccola azienda	9,2%	7,1%	4,8%	8,0%	11,4%	6,5%	17,1%	7,3%	11,5%	14,1%	12,0%	1,1%
Non offre personale altamente qualificato	4,5%	2,9%	9,5%	5,7%	3,8%	4,3%	3,9%	4,9%	5,2%	3,3%	4,0%	5,7%
Non mi fido del lavoro svolto dalle ag. interinali	8,3%	2,9%	4,8%	10,2%	10,1%	9,4%	10,5%	5,7%	9,4%	3,3%	8,0%	11,4%
Altro	11,3%	20,0%	4,8%	11,4%	8,2%	10,1%	9,2%	13,8%	13,5%	12,0%	8,0%	9,1%
Non so/non indica	2,1%	4,3%	0,0%	2,3%	1,3%	2,2%	1,3%	2,4%	3,1%	3,3%	2,0%	0,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Sul fronte opposto - e, cioè, nell'ambito di quell'insieme decisamente più ristretto di imprese che ha giudicato "non utile" il ricorso al lavoro interinale – emergono con una certa consistenza almeno due considerazioni. Da una parte, proprio le caratteristiche "operative" delle aziende – soprattutto nella piccola e piccolissima dimensione – fanno ritenere scarsamente fruibile questo strumento (presumibilmente, in termini di adattabilità e di costi),

Fig. 5.V Principali vantaggi del lavoro interinale
(Base: totale campione aziende:337)



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

soprattutto nei riguardi delle esigenze organizzative e di competitività delle imprese.

Dall'altra, una certa diffidenza emerge pure nell'ambito delle aziende maggiori che – come dichiarano – non si fidano del lavoro di intermediazione che può essere svolto dalle agenzie di lavoro interinale e che, presumibilmente, dispongono di strutture e sistemi "interni" di reclutamento largamente sperimentati e, quindi, giudicati più affidabili.

A questo punto, approfondendo ulteriormente l'analisi circa la percezione delle opportunità e dei problemi connessi all'introduzione del lavoro interinale, a tutte le aziende intervistate (indipendentemente, quindi, dal giudizio precedentemente espresso) è stato chiesto di indicare i maggiori vantaggi e le più gravi difficoltà legate all'applicazione di questo strumento nella vita e nell'organizzazione di impresa.

Dalle risposte fornite si evince, con molta evidenza, come il lavoro "a tempo" può assurgere a diversi ruoli a seconda delle esigenze dell'azienda.

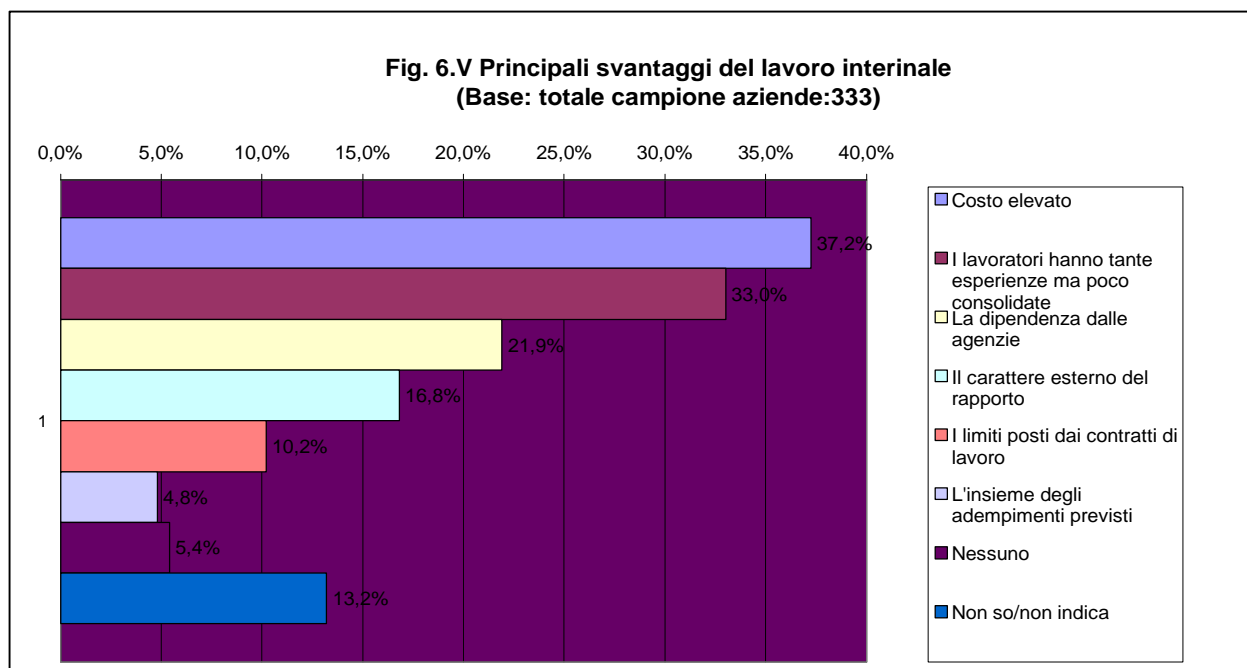
Innanzitutto, una parte dei vantaggi riconosciuti ed associati al lavoro interinale deriva chiaramente dalla sua funzione di "canale - innovativo - di reclutamento" di personale, in grado di far fronte alle esigenze produttive dell'azienda riducendo i condizionamenti

altrimenti connessi alle forme più tradizionali di selezione e di impiego. Vengono, così, evidenziati, quali principali benefici, la possibilità di reclutare risorse senza vincoli di assunzione (41,2%), governando efficacemente eventuali emergenze produttive dell'azienda (40,9%) ed impostando rapporti (flessibili) di diversa natura (26,0%).

Allo stesso tempo, gli altri vantaggi citati dalle imprese sottolineano il ruolo di "intermediazione" svolto – positivamente e naturalmente - dal ricorso al "lavoro interinale" nei confronti dell'esigenza di individuare personale con qualifiche specifiche, testando le risorse in funzione di un possibile futuro ampliamento del ciclo produttivo e della domanda di lavoro. Da questo punto di vista, infatti, l'inserimento di lavoratori "temporanei" viene visto come una possibilità concreta di risolvere una serie di problemi che normalmente l'azienda incontra nella fase esplorativa della ricerca di personale, permettendo di "provare le risorse prima di un'eventuale assunzione" (37,3%) e di "reclutare risorse già formate e selezionate" (32,2%).

Peraltro, analizzando nello specifico i diversi giudizi rilevati e considerando l'ordine di citazione degli stessi, si evince chiaramente come in assoluto il primo vantaggio è rappresentato dalla possibilità offerta dallo strumento di "reclutare risorse già formate e selezionate" (22,4%), seguito a distanza di pochissimi punti percentuali da "risolvere le emergenze di produzione" (20,9%) e "reclutare risorse senza vincoli di assunzione" (20,6%).

Anche in questo caso, poi, il settore di riferimento e la dimensione aziendale finiscono per differenziare significativamente le opinioni espresse.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

In particolare, la possibilità di “reclutare risorse già formate e selezionate” si riscontra in modo accentuato presso le aziende dei Servizi dove, evidentemente, le capacità e le competenze del personale (già occupato e da inserire) costituiscono fattori “critici” e dotazioni primarie e “distintive” per l’attività stessa delle imprese.

Analogamente, adeguare efficacemente e tempestivamente lo stock di risorse (professionali e umane) allo scopo di “risolvere emergenze di produzione” (di natura congiunturale e temporanea), si rivela un vantaggio particolarmente apprezzato dalle imprese del settore Costruzione e da quelle di maggiori dimensioni, per le quali l’andamento della domanda è, appunto, molto condizionato da variazioni imprevedibili e transitorie, e dove la garanzia di una flessibilità “regolata” (soprattutto in uscita) nella gestione delle risorse umane, può costituire un elemento determinante di efficienza e di competitività.

Coerentemente, poi, “la possibilità di reclutare risorse senza vincoli di assunzione” è stato il vantaggio indicato, in prevalenza, dalle aziende di piccolissima dimensione dell’industria che, già stressate dai costi (interni ed esterni) di produzione, non sono in grado di sopportare, evidentemente, altre “rigidità” di funzionamento. Infine, “provare le risorse prima di un’eventuale assunzione” è risultato un aspetto apprezzato particolarmente dalle aziende commerciali e di dimensione medio-piccola, dove le qualità e le capacità del personale impiegato costituiscono elementi fondamentali e “immediati” dell’immagine, dell’identità e dell’offerta.

Passando, quindi, ad esaminare i principali problemi segnalati dalle imprese, al di là della percezione di un “costo elevato” (37,2%) che viene (correttamente) associato all’utilizzo del lavoro interinale, le maggiori difficoltà fanno riferimento alla “debolezza” ed alla frammentarietà dell’esperienza normalmente acquisita dai lavoratori “interinali”, al carattere “esterno” del rapporto ed ai limiti contrattuali imposti dallo strumento.

In particolare, anche considerando l’ordine di citazione, oltre al problema già evidenziato del “costo elevato”, il primo svantaggio indicato riguarda il fatto che i lavoratori abbiano “...tante esperienze ma poco consolidate” (23,1%) seguito, come secondo motivo, dal problema de “la dipendenza dalle Agenzie” (28,1%) e, quindi, da “il carattere esterno del rapporto” (14,6%) e da “i limiti posti dai contratti di lavoro”.

Ancora una volta, la dimensione aziendale, oltre il settore di appartenenza, sembrano differenziare la percezione dei problemi.

Così il problema degli alti costi (diretti e indiretti) necessari per accedere al reclutamento di lavoro interinale, costituisce un freno particolarmente avvertito nell'industria e nelle fasce dimensionali maggiori, mentre il tema della modesta esperienza dei lavoratori, come quello della dipendenza dalle agenzie, viene evidenziato soprattutto dalle aziende di piccolissima dimensione, nei Servizi e nel Commercio.

Il carattere esterno del rapporto, infine, sembra essere particolarmente problematico per le aziende delle Costruzioni, ciclicamente e strutturalmente "esposte" alla ricerca di personale "nuovo", che l'impresa non conosce né seleziona direttamente e che, quindi, costituisce, ogni volta, un'incognita ed un'area potenzialmente critica per l'attività.

Tab. 13.V Principali svantaggi del lavoro interinale

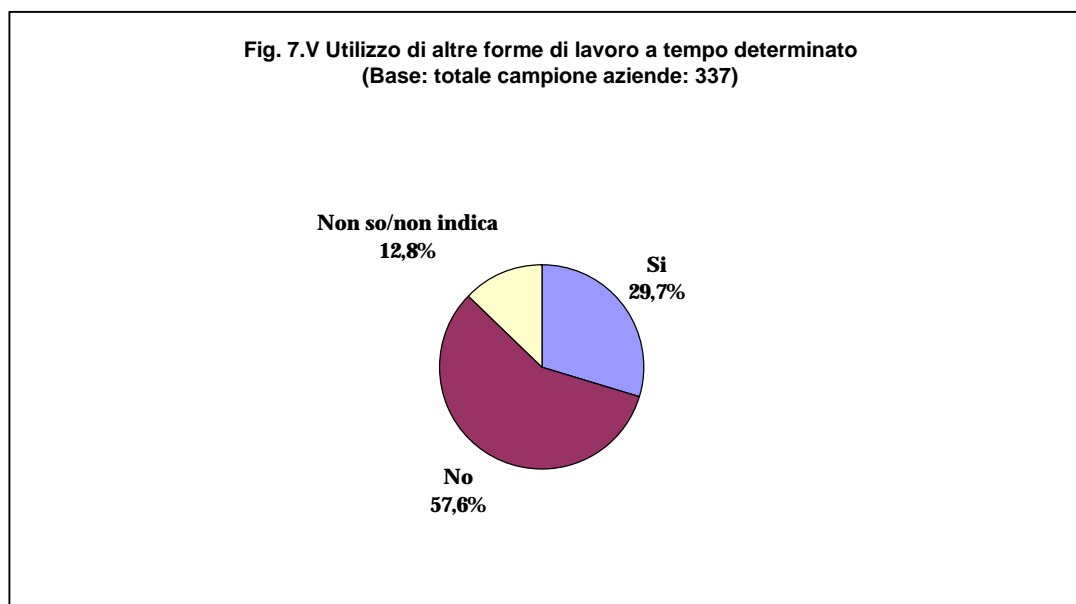
	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Costo elevato	37,2%	53,7%	9,5%	39,8%	32,5%	40,6%	25,0%	41,2%	33,7%	32,2%	38,0%	47,1%
I lavoratori hanno tante esperienze ma poco consolidate	33,0%	31,3%	14,3%	38,6%	33,1%	29,0%	35,5%	36,1%	37,9%	33,3%	28,0%	31,0%
La dipendenza dalle agenzie	21,9%	20,9%	9,5%	18,2%	26,1%	17,4%	22,4%	26,9%	33,7%	21,1%	10,0%	16,1%
Il carattere esterno del rapporto	16,8%	9,0%	28,6%	22,7%	15,3%	21,0%	14,5%	13,4%	14,7%	20,0%	18,0%	14,9%
I limiti posti dai contratti di lavoro	10,2%	10,4%	14,3%	9,1%	10,2%	12,3%	9,2%	8,4%	11,6%	10,0%	6,0%	10,3%
L'insieme degli adempimenti previsti	4,8%	1,5%	4,8%	6,8%	5,1%	6,5%	2,6%	4,2%	4,2%	6,7%	6,0%	3,4%
Altro	0,9%	0,0%	0,0%	1,1%	1,3%	0,7%	0,0%	1,7%	0,0%	2,2%	0,0%	1,1%
Nessuno	5,4%	6,0%	14,3%	4,5%	4,5%	5,1%	3,9%	6,7%	3,2%	5,6%	10,0%	5,7%
Non so/non indica	13,2%	10,4%	33,3%	9,1%	14,0%	12,3%	14,5%	13,4%	14,7%	15,6%	14,0%	6,9%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

V.4) L'utilizzo di forme flessibili di lavoro presso le aziende della provincia di Napoli

La propensione delle aziende all'utilizzo di "lavoro flessibile" è stata analizzata verificando, innanzitutto, l'eventuale ricorso - negli ultimi due anni - ad assunzioni "a tempo determinato".

Si è così rilevato che - a fronte di una netta maggioranza delle imprese (57,6%) che non ricorre ad assunzioni a tempo determinato - circa il 30% del campione ha fatto uso di contratti "a termine", con una particolare "concentrazione" di risposte positive nelle imprese medio-grandi e nei settori a maggiore intensità di lavoro (come i Servizi).



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Non sembra esserci, tuttavia, una forma “prevalente” di lavoro a tempo determinato che sia privilegiata dalle aziende del campione; mediamente, infatti, ogni impresa ne utilizza più di una tipologia, sebbene una certa predominanza di scelte sembri dipendere dal settore di appartenenza dell’azienda.

Tab. 14.V Utilizzo di altre forme di lavoro a tempo determinato

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/ Industria	Produzione/ Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina /Isole	Nord Napoli e arre interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Si	29,7%	15,7%	38,1%	51,1%	22,8%	34,8%	34,2%	21,1%	14,6%	26,1%	32,0%	51,1%
No	57,6%	50,0%	52,4%	46,6%	67,7%	52,2%	61,8%	61,0%	76,0%	68,5%	58,0%	27,3%
Non so/non indica	12,8%	34,3%	9,5%	2,3%	9,5%	13,0%	3,9%	17,9%	9,4%	5,4%	10,0%	21,6%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Così, si può affermare che il settore dei servizi mostra una chiara preferenza verso le collaborazioni coordinate e continuative e le collaborazioni occasionali, mentre presso le aziende del Commercio prevalgono, invece, i contratti a tempo determinato part time e full time.

Tab. 15.V Utilizzo di altre forme di lavoro a tempo determinato

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/sole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Le collaborazioni coordinate e continuative	38,0%	81,8%	12,5%	46,7%	19,4%	50,0%	26,9%	26,9%	28,6%	41,7%	31,3%	42,2%
Il tempo determinato part-time	35,0%	18,2%	12,5%	24,4%	58,3%	33,3%	26,9%	46,2%	42,9%	16,7%	12,5%	48,9%
I contratti di formazione e lavoro	32,0%	18,2%	62,5%	28,9%	33,3%	35,4%	15,4%	42,3%	14,3%	20,8%	43,8%	40,0%
Il tempo determinato full-time	30,0%	27,3%	0,0%	31,1%	36,1%	27,1%	26,9%	38,5%	14,3%	12,5%	31,3%	44,4%
Le collaborazioni occasionali	30,0%	27,3%	25,0%	33,3%	27,8%	35,4%	30,8%	19,2%	35,7%	41,7%	31,3%	22,2%
L'apprendistato	13,0%	0,0%	12,5%	8,9%	22,2%	10,4%	23,1%	7,7%	14,3%	8,3%	12,5%	15,6%
Non so /non indica	3,0%	0,0%	0,0%	4,4%	2,8%	0,0%	7,7%	3,8%	0,0%	12,5%	0,0%	0,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Considerazioni più particolari emergono, poi, dall'analisi del ricorso a forme di lavoro a tempo determinato, differenziando le risposte ricevute secondo che le imprese ricadano fra le "utilizzatrici" o le "non utilizzatrici" di lavoro interinale.

A questo riguardo, non sorprende registrare una maggiore "vocazione" all'utilizzo di forme di lavoro flessibile (soprattutto, dal punto di vista della "durata" della prestazione) da parte delle aziende che, nell'ultimo periodo, hanno fatto ricorso anche al lavoro interinale.

Il 48% delle aziende utilizzatrici di lavoro interinale ha dichiarato, infatti, di aver utilizzato negli ultimi due anni altre forme di lavoro a tempo determinato (soprattutto, il tempo determinato part time e il tempo determinato full time), contro il 22% circa delle non utilizzatrici (che si sono rivolte, in particolare, all'apprendistato ed ai contratti di formazione lavoro).

Tab. 16.V Utilizzo del lavoro interinale

	Totale	Aziende utilizzatrici interinale	Aziende non utilizzatrici interinale
Si	29,7%	48,0%	21,9%
No	57,6%	31,0%	68,7%
Non so/non indica	12,8%	21,0%	9,2%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

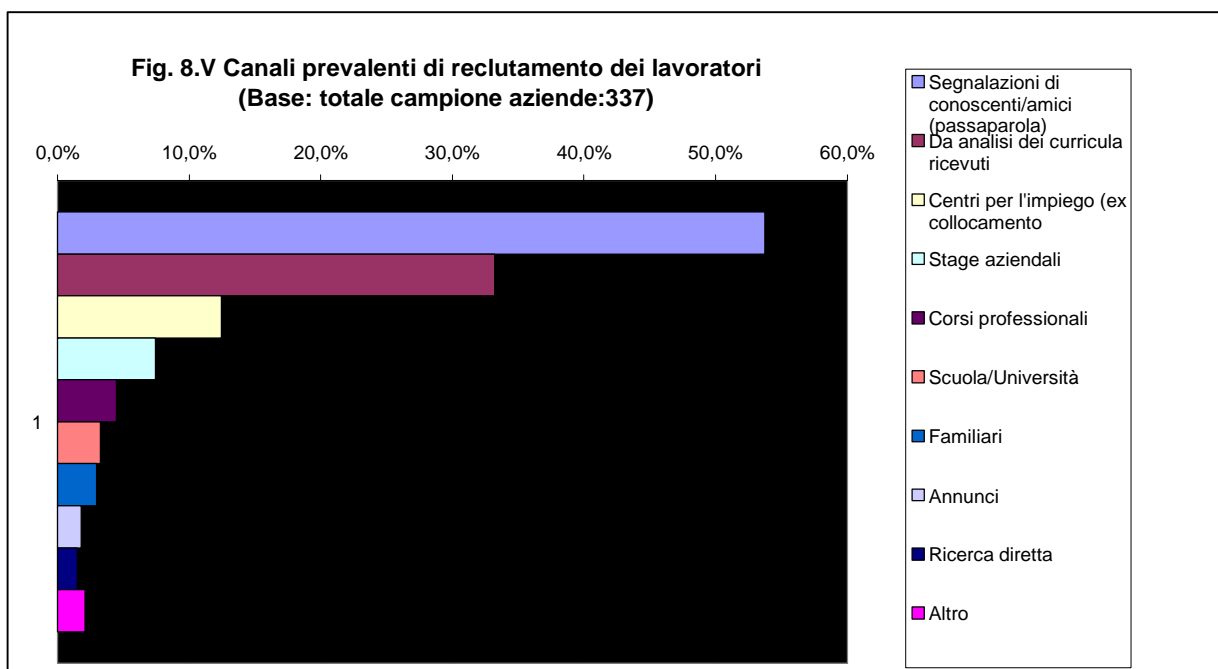
Passando, quindi, all'analisi dei canali di reclutamento delle risorse prevalentemente utilizzati dalle aziende della provincia, l'indagine ha fatto emergere come la modalità più ricorrente sia quella "informale" (passa parola), utilizzata da oltre la metà del campione.

Assumono, tuttavia, un certo rilievo anche forme più strutturate di ricerca di personale, quale l'analisi dei curricula ricevuti (33,2%), che si dimostra una modalità in uso soprattutto presso le aziende di dimensione maggiore.

Tab. 17.V Utilizzo di altre "forme flessibili" di lavoro

	Totale	Aziende utilizzatrici interinale	Aziende non utilizzatrici interinale
Il tempo determinato part-time	35,0%	41,7%	28,8%
Il tempo determinato full-time	30,0%	39,6%	21,2%
Le collaborazioni coordinate e continuative	38,0%	39,6%	36,5%
I contratti di formazione e lavoro	32,0%	29,2%	34,6%
Le collaborazioni occasionali	30,0%	25,0%	34,6%
L'apprendistato	13,0%	10,4%	15,4%
Non so /non indica	3,0%	4,2%	1,9%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Tab. 18.V Canali prevalenti di reclutamento dei lavoratori

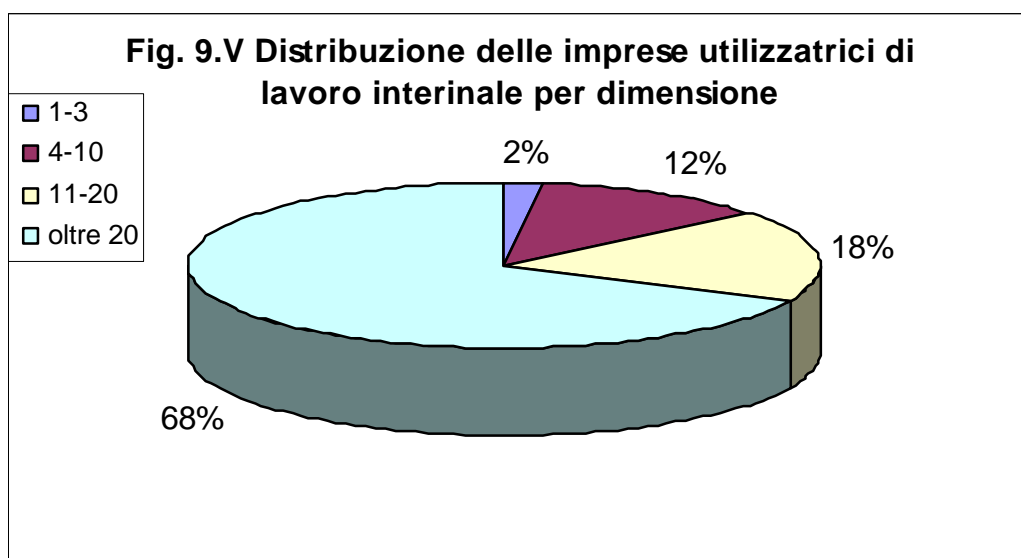
	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/ Industria	Produzione/ Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Is ole	Nord Napoli e arre interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Centri per l'impiego (ex collocamento)	12,5%	10,0%	19,0%	11,4%	13,3%	9,4%	7,9%	18,7%	7,3%	7,6%	18,0%	21,6%
Segnalazioni di conoscenti/amici (passaparola)	53,7%	31,4%	38,1%	59,1%	62,7%	44,2%	77,6%	49,6%	71,9%	60,9%	44,0%	33,0%
Stage aziendali	7,4%	4,3%	4,8%	17,0%	3,8%	10,9%	5,3%	4,9%	4,2%	4,3%	10,0%	13,6%
Da analisi dei curricula ricevuti	33,2%	18,6%	14,3%	53,4%	31,0%	42,0%	36,8%	21,1%	20,8%	29,3%	34,0%	51,1%
Scuola/Università	3,3%	2,9%	4,8%	8,0%	0,6%	5,1%	2,6%	1,6%	0,0%	3,3%	0,0%	9,1%
Corsi professionali	4,5%	4,3%	0,0%	9,1%	2,5%	3,6%	5,3%	4,9%	4,2%	2,2%	4,0%	6,8%
Altro	2,1%	1,4%	4,8%	2,3%	1,9%	1,4%	1,3%	3,3%	4,2%	1,1%	2,0%	1,1%
Annunci	1,8%	1,4%	0,0%	4,5%	0,6%	3,6%	0,0%	0,8%	2,1%	2,2%	0,0%	2,3%
Familiari	3,0%	2,9%	0,0%	1,1%	4,4%	2,2%	3,9%	3,3%	2,1%	6,5%	4,0%	0,0%
Ricerca diretta	1,5%	1,4%	9,5%	1,1%	0,6%	1,4%	1,3%	1,6%	0,0%	3,3%	4,0%	0,0%
Non sa/non indica	20,2%	44,3%	38,1%	5,7%	15,2%	21,0%	6,6%	27,6%	12,5%	13,0%	24,0%	30,7%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

V.5) La diffusione dell'interinale presso le imprese della provincia di Napoli

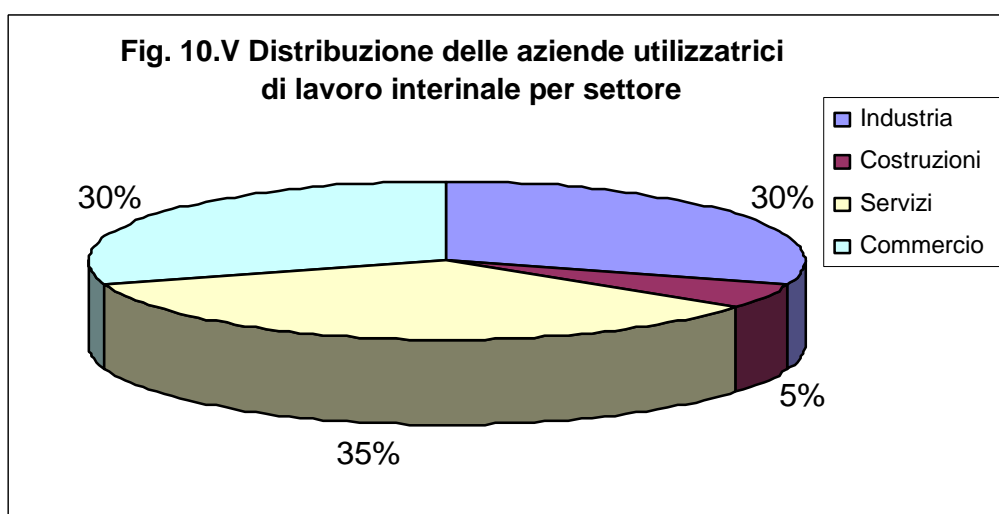
A questo punto, una volta esaminati i presupposti (in termini di conoscenza, di apprezzamento e di utilizzo) delle possibili forme di flessibilità a disposizione delle imprese nell'impiego di lavoro, lo studio si è proposto di quantificare e rappresentare, direttamente e con maggior dettaglio, il fenomeno del lavoro interinale nella provincia di Napoli.

A questo riguardo, dall'analisi è emerso che, nonostante se ne riconoscano i vantaggi e l'utilità, il lavoro interinale risulta essere uno strumento ancora poco diffuso. Solo il 4,6% delle aziende intervistate con procedimento "casuale", infatti, ha dichiarato di aver utilizzato negli ultimi due anni (2002 o 2003) lavoratori interinali.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Inoltre, a conferma di quanto si è potuto verificare anche in altre regioni, la domanda di lavoro interinale nella provincia sembra essere, soprattutto, una prerogativa delle aziende di maggiore dimensione (oltre i 20 addetti), laddove le imprese più piccole sembrano possedere una "naturale" flessibilità interna, connessa alla genericità dei ruoli e delle mansioni, oltre che, presumibilmente, ad un ricorso più esteso a forme irregolari o sommerse di lavoro e di attività.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Nello specifico contesto territoriale, poi, non sembra esservi uno o più settori particolari maggiormente interessati e aperti all'utilizzo dello strumento, per quanto, in linea con la composizione settoriale delle attività economiche provinciali, l'incidenza degli "utilizzatori" nell'ambito del Commercio e, soprattutto, dei Servizi, raggiunga una quota decisamente ragguardevole degli "impieghi" registrati.

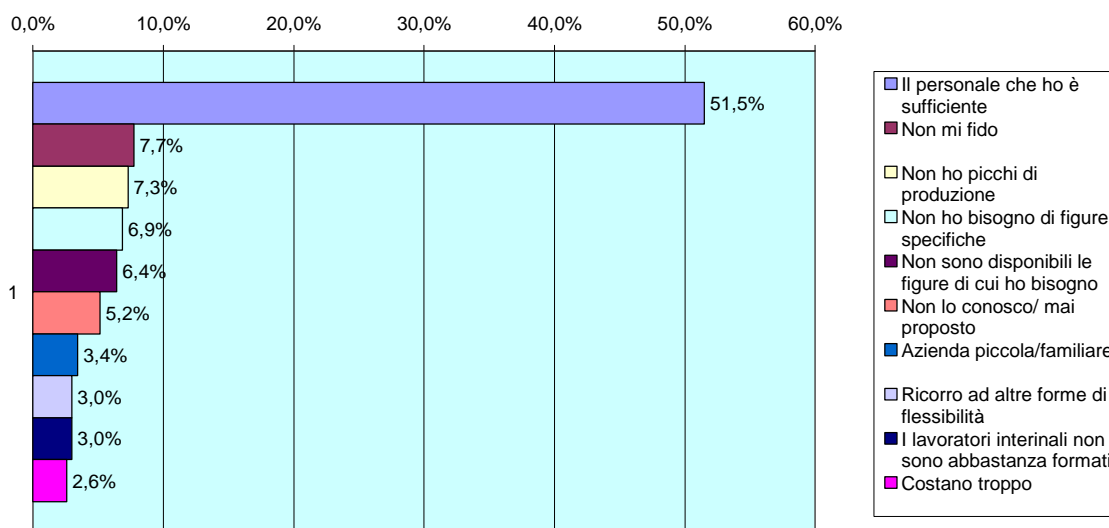
V.6) Motivazioni e aspettative delle imprese "non utilizzatrici"

La motivazione decisamente prevalente (51,5%) del mancato ricorso all'interinale sembra essere la percezione di una dotazione e di una disponibilità già sufficiente ed adeguata di personale, laddove le altre ragioni indicate (tra loro sostanzialmente equivalenti e molto meno significative) imputano il non utilizzo dello strumento a mancanza di fiducia, fattori e specificità aziendali, scarsa conoscenza di opportunità e caratteristiche del lavoro interinale e

del suo "regolamento", aspettative negative circa la formazione dei lavoratori e, infine, costo

Fig. 11.V Principali motivazioni del mancato utilizzo di lavoratori interinali

(Base: totale campione aziende non utilizzatrici:236)



elevato.

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

In particolare, per le aziende del Commercio, il mancato ricorso a lavoratori interinali sembra essere dovuto alla ridotta esigenza di figure professionali specifiche e ad una certa sfiducia nello strumento. Nei Servizi e nell'Industria, invece, l'assenza di picchi di produzione e la percezione di una insufficiente disponibilità delle figure richieste costituiscono i principali vincoli che si frappongono all'inserimento di lavoratori interinali. Nel settore delle Costruzioni, infine, le dimensioni aziendali, oltre alla mancanza di fiducia, costituiscono le ragioni prevalenti del non utilizzo.

Nelle aziende di dimensione medio-grande, poi, prevalgono chiaramente come motivi di non utilizzo – oltre l'adeguatezza delle risorse in organico - l'assenza di picchi di produzione, la difficoltà di reperire le figure specifiche di cui si avverte il bisogno e l'insufficienza degli elementi di informazione e di proposta sin qui ricevuti.

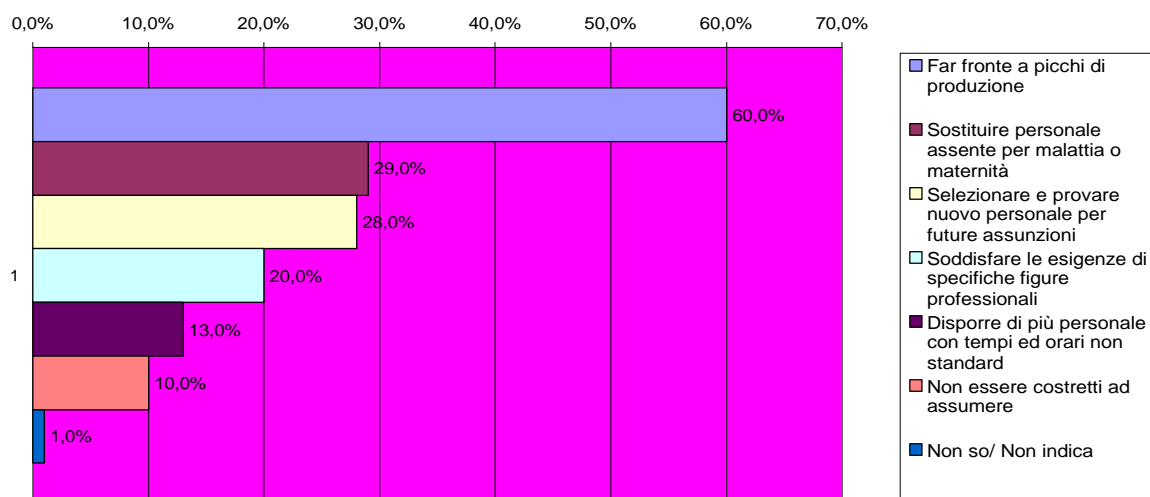
Tab. 19.V Motivazioni e aspettative delle imprese "non utilizzatrici"

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Issole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Il personale che ho è sufficiente	51,5%	52,6%	46,7%	43,4%	55,1%	54,2%	50,7%	49,4%	55,3%	41,5%	58,1%	55,0%
Non mi fido	7,7%	2,6%	13,3%	7,5%	8,7%	9,6%	9,0%	4,8%	7,4%	11,0%	3,2%	0,0%
Non ho picchi di produzione	7,3%	13,2%	6,7%	11,3%	3,9%	6,0%	3,0%	12,0%	7,4%	4,9%	9,7%	15,0%
Non ho bisogno di figure specifiche	6,9%	5,3%	0,0%	3,8%	9,4%	6,0%	11,9%	3,6%	11,7%	6,1%	0,0%	0,0%
Non sono disponibili le figure di cui ho bisogno	6,4%	7,9%	6,7%	11,3%	3,9%	6,0%	6,0%	7,2%	1,1%	11,0%	9,7%	10,0%
Non lo conosco/ mai proposto	5,2%	5,3%	20,0%	5,7%	3,1%	2,4%	7,5%	6,0%	1,1%	9,8%	9,7%	0,0%
Azienda piccola/familiare	3,4%	0,0%	6,7%	1,9%	4,7%	3,6%	0,0%	6,0%	4,3%	4,9%	0,0%	0,0%
Ricorro ad altre forme di flessibilità	3,0%	2,6%	0,0%	5,7%	2,4%	2,4%	3,0%	3,6%	1,1%	4,9%	3,2%	5,0%
I lavoratori interinali non sono abbastanza formati	3,0%	2,6%	0,0%	5,7%	2,4%	6,0%	1,5%	1,2%	5,3%	1,2%	0,0%	5,0%
Costano troppo	2,6%	2,6%	0,0%	3,8%	2,4%	1,2%	3,0%	3,6%	1,1%	3,7%	3,2%	5,0%
Ho aperto da poco	0,9%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	2,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Non lo trovo conveniente	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	0,0%	3,0%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	5,0%
Crisi	0,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	1,5%	0,0%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Non so /Non indica	0,9%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	3,2%	0,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

V.7) Motivazioni e aspettative delle imprese "utilizzatrici"

Ulteriori riflessioni emergono, quindi, dall'analisi delle ragioni che, sul versante opposto, spingono le aziende verso il ricorso al lavoro interinale.

Fig. 12.V Motivi prevalenti che hanno spinto l'azienda ad utilizzare lavoratori interinali (Base: totale campione aziende utilizzatrici:100)

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

I motivi prevalenti, che coincidono con quelli indicati dalla normativa nazionale, sembrano essere il “far fronte a picchi di produzione” (60%) seguito - a una distanza di circa 30 punti percentuali - da “sostituire personale assente per malattia o maternità” (29%).

Coerentemente con quanto già rilevato rispetto alle valutazioni sull'utilità e i vantaggi del lavoro interinale, emerge, tuttavia, come questo tipo di strumento venga spesso utilizzato dalle aziende anche con finalità più ampie. Considerando la totalità dei motivi, si riscontra, infatti, che oltre un quarto delle aziende in campione dichiara di utilizzare il lavoro interinale anche per “selezionare e provare nuovo personale per future assunzioni” (28%) e per “soddisfare esigenze di specifiche figure professionali” (20%). Seguono, quindi, a molta distanza, le aziende che riportano il ricorso al lavoro interinale all'esigenza di “disporre di più personale con tempi e orari non standard” (13%) e a quella di “non essere costretti ad assumere” (10%).

D'altra parte, contrariamente a quanto sinora verificato, in questo caso né il settore produttivo di appartenenza né la dimensione aziendale arrivano a influenzare significativamente l'individuazione di motivazioni e valutazioni prevalenti.

Così, oltre il primo motivo – corrispondente alla necessità, avvertita dalla maggior parte delle imprese di ogni settore e dimensione, di regolare, senza ulteriori rigidità, la domanda di lavoro secondo l'andamento del ciclo e del mercato - per l'Industria si segnala anche il bisogno di “selezionare risorse in vista di future assunzioni”; per le Costruzioni si dimostra particolarmente interessante anche la possibilità di ricorrere all'interinale per “soddisfare l'esigenza di specifiche figure professionali”; mentre per i Servizi e per il Commercio lo strumento viene utilizzato anche per “sostituire personale assente per malattia o maternità” e per “disporre di più personale con tempi e orari non standard” (23,3%).

Tab. 20.V Motivi prevalenti che hanno spinto ad utilizzare lavoratori interinali

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/l'isola	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Far fronte a picchi di produzione	60,0%	74,2%	60,0%	50,0%	56,7%	52,8%	44,4%	73,7%	50,0%	50,0%	47,1%	63,6%
Sostituire personale assente per malattia o maternità	29,0%	22,6%	0,0%	38,2%	30,0%	35,8%	11,1%	23,7%	50,0%	30,0%	5,9%	34,8%
Soddisfare le esigenze di specifiche figure professionali	20,0%	19,4%	60,0%	20,6%	13,3%	18,9%	33,3%	18,4%	0,0%	10,0%	29,4%	21,2%
Selezionare e provare nuovo personale per future assunzioni	28,0%	25,8%	40,0%	26,5%	30,0%	20,8%	33,3%	36,8%	0,0%	30,0%	47,1%	22,7%
Non essere costretti ad assumere	10,0%	9,7%	20,0%	11,8%	6,7%	13,2%	0,0%	7,9%	0,0%	20,0%	17,6%	7,6%
Disporre di più personale con tempi ed orari non standard	13,0%	0,0%	0,0%	17,6%	23,3%	17,0%	11,1%	7,9%	0,0%	20,0%	11,8%	13,6%
Non so/ Non indica	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,3%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Si può certamente affermare, inoltre, che il ricorso al lavoro interinale da parte delle aziende non sembra essere strutturale ma contingente vale a dire connesso all'insorgere di eventi straordinari; una modalità di utilizzo che viene espressa soprattutto dalle aziende dell'Industria (71%) e dalla totalità delle piccolissime unità produttive intervistate.

Tab. 21.V L'esigenza di far ricorso ai lavoratori interinali

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione /Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Eventi straordinari	60,0%	71,0%	40,0%	58,8%	53,3%	64,2%	44,4%	57,9%	100,0%	60,0%	52,9%	59,1%
Strutturate	35,0%	22,6%	60,0%	35,3%	43,3%	30,2%	44,4%	39,5%	0,0%	40,0%	41,2%	36,4%
Non so/Non indica	5,0%	6,5%	0,0%	5,9%	3,3%	5,7%	11,1%	2,6%	0,0%	0,0%	5,9%	4,5%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

V.8) Le modalità di utilizzo del lavoro interinale

Al di là della verifica della diffusione dello strumento presso le imprese della provincia di Napoli, lo studio ha approfondito le modalità di utilizzo del lavoro interinale, intervistando un campione di 100 aziende che hanno dichiarato di averne fatto uso nel corso dell'anno 2002 e/o del 2003.

I risultati raccolti rafforzano quanto già sopra evidenziato sottolineando, ancora una volta, l'esistenza di un rapporto ambiguo e non lineare delle imprese con le opportunità offerte da questo strumento. Non solo l'impiego di lavoro interinale è chiaramente limitato, ma presso le imprese che ne fanno uso si riscontra un utilizzo ancora molto prudente di questa modalità di reclutamento, in termini sia di numero di risorse impiegate che di frequenza di utilizzo dello strumento.

Con riferimento all'anno 2003, si osserva, infatti, che quasi il 40% delle aziende utilizzatrici ha fatto ricorso massimo a 2 lavoratori interinali, oltre il 30% da 3 a 10 lavoratori e solo il restante 30% ne ha utilizzati più di 10. Peraltro, l'utilizzo di un numero più elevato di risorse è, come immaginabile, prerogativa delle aziende con una dimensione maggiore; in particolare delle grandi imprese commerciali con ubicazione nell'area Nord Napoli e nelle aree interne.

Tab. 22.V Modalità di utilizzo del lavoro interinale

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Da 1 a 2	37,7%	30,0%	75,0%	41,4%	33,3%	42,5%	57,1%	26,7%	50,0%	50,0%	50,0%	33,3%
da 3 a 10	32,5%	40,0%	0,0%	31,0%	33,3%	32,5%	14,3%	36,7%	50,0%	37,5%	25,0%	33,3%
Oltre 10	29,9%	30,0%	25,0%	27,6%	33,3%	25,0%	28,6%	36,7%	0,0%	12,5%	25,0%	33,3%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Anche la frequenza di utilizzo è molto limitata, con il 67% del campione che dichiara di averne fatto uso 1-2 volte l'anno. Una frequenza d'uso concentrata significativamente anche in classi "maggiori" (ogni 2/3 mesi) si riscontra solo presso le aziende di piccola dimensione e per quelle appartenenti all'industria.

Tab. 23.V Frequenza di utilizzo del lavoro interinale

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
1-2 volte l'anno	67,0%	61,3%	80,0%	70,6%	66,7%	75,5%	55,6%	57,9%	50,0%	70,0%	64,7%	69,7%
Ogni 2/3 mesi	19,0%	22,6%	0,0%	17,6%	20,0%	17,0%	33,3%	18,4%	50,0%	10,0%	17,6%	18,2%
1 volta al mese	6,0%	6,5%	20,0%	2,9%	6,7%	1,9%	11,1%	10,5%	0,0%	10,0%	11,8%	4,5%
Più volte al mese	6,0%	6,5%	0,0%	5,9%	6,7%	1,9%	0,0%	13,2%	0,0%	10,0%	0,0%	6,1%
Non so	2,0%	3,2%	0,0%	2,9%	0,0%	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%	1,5%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Inoltre, considerando la durata delle missioni si verifica, in maggioranza, una permanenza dei lavoratori interinali in azienda abbastanza limitata; nel 44% del campione, infatti, la missione è inferiore a 30 giorni. Tale tendenza riguarda soprattutto le imprese di dimensione più contenuta mentre nelle aziende "maggiori" sono abbastanza frequenti anche missioni più lunghe.

Tab. 24.V Durata delle missioni

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Da 1 a 15 gg.	19,0%	3,2%	0,0%	20,6%	36,7%	22,6%	0,0%	18,4%	50,0%	30,0%	29,4%	13,6%
Da 15 a 30 gg.	25,0%	25,8%	40,0%	17,6%	30,0%	18,9%	22,2%	34,2%	0,0%	30,0%	17,6%	28,8%
Da 30 a 100 gg.	31,0%	38,7%	20,0%	38,2%	16,7%	34,0%	22,2%	28,9%	0,0%	30,0%	35,3%	28,8%
Oltre 100 gg.	22,0%	25,8%	40,0%	23,5%	13,3%	22,6%	44,4%	15,8%	50,0%	10,0%	11,8%	25,8%
Non so/non indica	3,0%	6,5%	0,0%	0,0%	3,3%	1,9%	11,1%	2,6%	0,0%	0,0%	5,9%	3,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

V.9) Il profilo dei lavoratori interinali

L'analisi delle caratteristiche dei lavoratori interinali utilizzati dalle aziende mostra, come ci si attendeva, la prevalenza di figure professionali giovani: il 95% dei lavoratori ha, infatti, un'età compresa tra i 21 e i 35 anni e solo il 4% ha più di 36 anni.

D'altronde, la propensione alla flessibilità lavorativa è molto più marcata tra i giovani che presso gli individui in età più matura e, di conseguenza, le caratteristiche dello strumento favoriscono la presenza e l'inserimento delle fasce d'età più sensibili e più disponibili.

Considerando il genere, poi, la tendenza che sembra prevalere è la presenza nelle aziende di lavoratori di sesso maschile. La presenza delle donne nelle aziende utilizzatrici è, infatti, in media pari al 31% e si rivela più marcata nel settore dei servizi e nel commercio, nonché nelle aziende di maggiore dimensione.

Tab. 25.V Profilo dei lavoratori interinali utilizzati (Genere)

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione industria	Produzione Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Maschile	692%	084	1,00	0,61	0,58	644%	778%	0,74	0,50	0,70	0,76	0,66
Femminile	308%	016	0,00	0,39	0,42	356%	222%	0,26	0,50	0,30	0,24	0,34

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Per quanto concerne il titolo di studio, l'analisi ha rivelato che, in maggioranza, i lavoratori interinali corrispondono a soggetti con titoli di livello medio (diploma). In particolare, tale caratteristica sembra essere meno accentuata per i lavoratori coinvolti da aziende di dimensione medio-piccola dove, invece, si registra una significativa presenza di lavoratori con titolo di studio elevato e laureati.

Tab. 26.V Profilo dei lavoratori interinali utilizzati (Titolo di studio)

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/ Industria	Produzione/ Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/ Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Titolo di studio basso (ness. licenza; elementari; medie)	10,0%	9,7%	20,0%	11,8%	6,7%	11,3%	22,2%	5,3%	0,0%	20,0%	17,6%	7,6%
Titolo di studio medio (diploma; scuola di qualificazione)	70,0%	71,0%	60,0%	67,6%	73,3%	64,2%	66,7%	78,9%	50,0%	50,0%	64,7%	75,8%
Titolo di studio alto (laurea breve; laurea; master)	10,0%	6,5%	20,0%	11,8%	10,0%	15,1%	0,0%	5,3%	50,0%	30,0%	11,8%	4,5%
Non so/Non indica	10,0%	12,9%	0,0%	8,8%	10,0%	9,4%	11,1%	10,5%	0,0%	0,0%	5,9%	12,1%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Infine, un'ultima considerazione riguarda la presenza di lavoratori stranieri. Contrariamente a quanto rilevato da studi effettuati in altre province, nell'area della provincia di Napoli la presenza di lavoratori stranieri è quasi inesistente.

In generale, il ricorso al lavoro interinale nella provincia di Napoli, risulta circoscritto all'utilizzo di pochissime figure professionali presenti in azienda: così risponde il 74% del campione. Si tratta, cioè, di una forma di flessibilità applicata solo da quelle aziende che effettuano particolari tipi di attività e per particolari tipi di lavoro, una forma di lavoro che assume ancora caratteristiche di sporadicità e di specificità che impediscono al fenomeno di divenire una forma diffusa ed alternativa per fare fronte all'esigenza di manodopera.

Tab. 27.V Utilizzo del lavoro interinale (figure professionali)

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Per quasi tutte le figure presenti in azienda	2,0%	0,0%	0,0%	2,9%	3,3%	1,9%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%
Per una parte delle figure presenti in azienda	24,0%	19,4%	0,0%	41,2%	13,3%	28,3%	11,1%	21,1%	0,0%	20,0%	11,8%	28,8%
Per pochissime figure	74,0%	80,6%	100,0%	55,9%	83,3%	69,8%	88,9%	76,3%	100,0%	80,0%	88,2%	68,2%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

I lavoratori "a tempo" utilizzati sono distribuiti piuttosto uniformemente nelle principali aree gestionali dell'impresa: Produzione (48%), Amministrazione (38%) Marketing/Commerciale (26%).

In particolare, però, effettuando un incrocio tra figure professionali e settori di attività si può affermare che si determina un frazionamento piuttosto deciso dei fabbisogni di lavoro atipico che si esprimono con un fabbisogno specifico e predominante di figure professionali di tipo produttivo nell'area dell'industria - in senso ampio, produzione e costruzioni - (pari

Tab. 28.V Principali aree aziendali di inserimento dei lavoratori interinali

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Produzione	48,0%	71,0%	80,0%	44,1%	23,3%	41,5%	55,6%	55,3%	50,0%	40,0%	52,9%	47,0%
Amministrazione/Finanza	38,0%	32,3%	20,0%	52,9%	30,0%	43,4%	22,2%	34,2%	50,0%	40,0%	35,3%	39,4%
Marketing/Commerciale	26,0%	16,1%	0,0%	14,7%	53,3%	24,5%	33,3%	26,3%	0,0%	20,0%	11,8%	31,8%
Altro (specificare)	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Impiegati amministrativi	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Logistica	4,0%	6,5%	0,0%	0,0%	6,7%	1,9%	0,0%	7,9%	0,0%	0,0%	0,0%	6,1%
Docenti	1,0%	0,0%	0,0%	2,9%	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	10,0%	0,0%	0,0%
Personale parasanitario	2,0%	0,0%	0,0%	5,9%	0,0%	3,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3,0%
Impiegati tecnici	1,0%	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

al 70-80% delle richieste), un fabbisogno prevalente di figure amministrative nel settore dei servizi (più del 50% delle richieste) e di figure commerciali (come è ovvio) nel settore della distribuzione commerciale (oltre il 50% delle richieste).

In considerazione di quanto detto, è evidente come i ruoli, prevalenti ricoperti in azienda dai lavoratori interinali siano quelli di operaio e impiegato. In particolare, si evidenzia una tendenza all'utilizzo di entrambe le figure presso le aziende di maggiore dimensione rispetto a quelle piccole dove prevale una delle due figure. E non sorprende come il ruolo di impiegato risulta particolarmente significativo presso le imprese del settore commercio e dei servizi.

Tab. 29.V Principali ruoli ricoperti dai lavoratori interinali

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isola	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Dirigente	1,0%	3,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,6%	0,0%	0,0%	0,0%	1,5%
Impiegato	60,0%	45,2%	40,0%	67,6%	70,0%	62,3%	44,4%	60,5%	50,0%	60,0%	47,1%	65,2%
Operaio	51,0%	71,0%	60,0%	41,2%	40,0%	45,3%	55,6%	57,9%	50,0%	40,0%	52,9%	50,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

L'utilizzo di forza lavoro operaia addetta alla lavorazione è particolarmente accentuata presso le aziende del settore produzione e per quelle ubicate nell'area Nord Napoli e nelle aree interne; le altre figure invece trovano un impiego prevalente presso il settore servizi e commercio.

Tab. 30.V Principali mansioni svolte dai lavoratori interinali

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Isola	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Operai e addetti a "lavorazione"	36,5%	60,0%	80,0%	18,2%	25,0%	30,0%	50,0%	42,1%	50,0%	20,0%	41,2%	34,4%
Impiegati	30,2%	33,3%	20,0%	30,3%	28,6%	28,0%	12,5%	36,8%	0,0%	30,0%	23,5%	34,4%
Addetti al commercio e	32,3%	6,7%	40,0%	24,2%	67,9%	32,0%	62,5%	26,3%	0,0%	50,0%	17,6%	35,9%
Lavoratori "artigiani" e/o "professionalizzati"	24,0%	20,0%	0,0%	45,5%	7,1%	30,0%	12,5%	18,4%	50,0%	20,0%	23,5%	25,0%
Professionisti	5,2%	10,0%	0,0%	6,1%	0,0%	8,0%	0,0%	2,6%	0,0%	10,0%	0,0%	6,3%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Nello specifico, i profili professionali maggiormente utilizzati sono: l'operaio e l'addetto alla lavorazione manuale, l'addetto al commercio e servizi, l'impiegato (con funzioni amministrative e di back office), i lavoratori "artigiani" e/o "professionalizzati". E' da evidenziare, inoltre, come l'utilizzo dell'interinale per impiegare professionisti sia molto limitato.

Analizzando nel dettaglio le figure professionali utilizzate si riscontra, presso le imprese che hanno fatto ricorso all'interinale, una gamma di profili professionali molto ampia. Si va infatti dagli addetti alle vendite, ai banconisti, agli operatori di call center, ai manovali, sino agli impiegati amministrativi.

Tab. 31.V Altri profili professionali utilizzati

		Frequenza	Percentuale	Percentuale valida	Percentuale cumulata
Validi	Altro	7	2,1	7,1	7,1
	Operai generici	10	3,0	10,1	17,2
	Operai di linea	3	0,9	3,0	20,2
	Addetti alle vendite	13	3,9	13,1	33,3
	Segretaria	5	1,5	5,1	38,4
	Magazziniere	5	1,5	5,1	43,4
	Impiegati tecnici	6	1,8	6,1	49,5
	Impiegati amministrativi	13	3,9	13,1	62,6
	Esperto risorse umane	2	0,6	2,0	64,6
	Receptionist	1	0,3	1,0	65,7
	Programmatore/di segnatore computer	3	0,9	3,0	68,7
	Infermiere	3	0,9	3,0	71,7
	Banconista	4	1,2	4,0	75,8
	Centralinista	2	0,6	2,0	77,8
	Addetto alle pulizie	1	0,3	1,0	78,8
	Macellaio/salumiere	1	0,3	1,0	79,8
	Cassiere	1	0,3	1,0	80,8
	Operatore call center	1	0,3	1,0	81,8
	Addetto al data entry	2	0,6	2,0	83,8
	Addetto assistenza clienti	1	0,3	1,0	84,8
	Cameriere	1	0,3	1,0	85,9
	Elettricista	2	0,6	2,0	87,9
	Addetto mensa	2	0,6	2,0	89,9
	Docente	1	0,3	1,0	90,9
	Carrellista	2	0,6	2,0	92,9
	Autista	1	0,3	1,0	93,9
Operaio specializzato	2	0,6	2,0	96,0	
Addetto alla sartoria	1	0,3	1,0	97,0	
Manovali edili	3	0,9	3,0	100,0	
Totale	99	29,4	100,0		
Mancanti	Non so	1	0,3		
	99	237	70,3		
	Totale	238	70,6		
Totale		337	100,0		

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

La formazione

Le aziende della provincia di Napoli che hanno sperimentato l'utilizzo di lavoro interinale, ritengono nella loro ampia maggioranza (76%) che tali lavoratori siano abbastanza o molto ben formati. Pertanto, almeno per ciò che riguarda il sistema delle competenze e delle conoscenze dei lavoratori, non sembra che vi sia un particolare gap tra le aspettative delle imprese e quanto offerto dalle Agenzie di lavoro interinale.

Tab. 32.V Utilizzo dei lavoratori interinali (livello di preparazione)

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/ Industria	Produzione/C ostruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/ Isole	Nord Napoli e arre interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
No, per niente	7,0%	3,2%	0,0%	8,8%	10,0%	7,5%	11,1%	5,3%	0,0%	10,0%	5,9%	7,6%
No, poco formati	17,0%	32,3%	0,0%	8,8%	13,3%	18,9%	0,0%	18,4%	0,0%	0,0%	11,8%	19,7%
Si, abbastanza	71,0%	64,5%	80,0%	73,5%	73,3%	67,9%	88,9%	71,1%	100,0%	80,0%	70,6%	69,7%
Si, molto formati	5,0%	0,0%	20,0%	8,8%	3,3%	5,7%	0,0%	5,3%	0,0%	10,0%	11,8%	3,0%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

V.10) Caratteristiche dei lavoratori interinali

Pare, però, che l'assenza di questo gap possa essere spiegato anche con le aspettative piuttosto basse delle imprese utilizzatrici e con la relativa "povertà" dei ruoli e delle mansioni a cui, generalmente, questi lavoratori sono destinati.

I suggerimenti che le imprese forniscono circa il completamento e l'innalzamento del livello formativo dei lavoratori interinali sono indirizzati ad alcune specifiche competenze:

Tab. 33.V Profili dei lavoratori interinali (competenze /abilità da potenziare)

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/ Industria	Produzione/C ostruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/ Isole	Nord Napoli e arre interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Tecniche	48,1%	73,9%	25,0%	38,5%	38,5%	48,7%	42,9%	48,5%	50,0%	42,9%	30,8%	50,0%
Organizzative	26,6%	8,7%	25,0%	30,8%	38,5%	28,2%	28,6%	24,2%	0,0%	42,9%	23,1%	25,9%
Lavoro di gruppo	30,4%	13,0%	25,0%	30,8%	46,2%	35,9%	28,6%	24,2%	0,0%	28,6%	30,8%	33,3%
Problem solving	11,4%	8,7%	0,0%	26,9%	0,0%	20,5%	0,0%	3,0%	0,0%	14,3%	7,7%	13,0%
Comunicazione	21,5%	8,7%	25,0%	26,9%	26,9%	23,1%	14,3%	21,2%	50,0%	28,6%	30,8%	18,5%
Informatiche	24,1%	8,7%	50,0%	30,8%	26,9%	23,1%	28,6%	24,2%	100,0%	14,3%	15,4%	25,9%
Analisi	3,8%	8,7%	0,0%	0,0%	3,8%	2,6%	0,0%	6,1%	0,0%	0,0%	7,7%	3,7%
Strategiche	5,1%	13,0%	0,0%	0,0%	3,8%	2,6%	0,0%	9,1%	0,0%	0,0%	7,7%	5,6%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Competenze Tecniche: si tratta delle competenze maggiormente richieste (48,1%) la cui incidenza è fortemente influenzata dal peso delle imprese industriali (73,9%) che

richiedono una maggiore formazione delle figure professionali immesse nel processo produttivo.

Lavoro di gruppo: Risulta di grande interesse il fatto che gli imprenditori della provincia di Napoli pongano la necessità di integrare le capacità di lavorare in gruppo come seconda più importante necessità formativa (30,4%) dei lavoratori interinali. Si tratta, probabilmente, di una necessità collegata alla natura stessa della collaborazione "a tempo" che richiede di integrarsi in tempi molto rapidi con colleghi nuovi, in contesti lavorativi molto diversi acquisendo velocemente le procedure ed i sistemi di "regole" formali ed informali che connotano l'organizzazione.

Competenze organizzative: e proprio le competenze organizzative, si trovano, perciò, al terzo posto (26,6%) tra le necessità di formazione dei lavoratori interinali espressi dalle imprese.

Competenze Informatiche: seguono le competenze informatiche (24,1%) che vengono giudicate importanti sia nel settore dei servizi che nel commercio che nel settore delle costruzioni.

Competenze comunicazionali: collegate alla capacità di lavorare in gruppo, con il 21,5% delle citazioni, confermano la necessità di agire sulle competenze relazionali dei lavoratori interinali che rappresentano – cumulativamente - un fattore tanto importante quanto le abilità tecniche che questi possiedono.

Dall'incrocio tra le competenze da potenziare ed i profili prevalenti dei lavoratori interinali utilizzati, emergono utili indicazioni circa le aree di conoscenze e abilità da sviluppare anche mediante interventi formativi specifici.

In generale le aree di miglioramento indicate, oltre le competenze "tecniche" che interessano la quasi totalità dei lavoratori, riguardano:

✂ nel campo dell'informatica, tutti i profili e, particolarmente, gli impiegati e gli addetti al commercio e servizi;

✂ nell'ambito del "lavoro di gruppo", tutti i lavoratori utilizzati, ma in particolare, gli addetti al commercio e servizi, i lavoratori artigiani e gli impiegati;

✂ l'innalzamento delle competenze organizzative, per impiegati e lavoratori artigiani o professionalizzati;

✂ le competenze di comunicazione, per gli addetti al commercio e servizi ed operai addetti a lavorazioni.

Tav. 34.V Profili dei lavoratori per competenze/abilità da potenziare (val %)

Competenze da sviluppare	Profili dei lavoratori				
	Totale	Operai e addetti a "lavorazione"	Impiegati	Addetti al commercio e servizi	Lavoratori "artigiani" e/o "professionalizzati"
Tecniche	46,1%	50,0%	48,0%	24,1%	66,7%
Organizzative	25,0%	15,4%	32,0%	27,6%	38,9%
Lavoro di gruppo	31,6%	23,1%	32,0%	48,3%	33,3%
Problem solving	11,8%	0,0%	24,0%	10,3%	16,7%
Comunicazione	22,4%	19,2%	20,0%	31,0%	16,7%
Informatiche	25,0%	23,1%	36,0%	34,5%	22,2%
Analisi	3,9%	3,8%	4,0%	3,4%	5,6%
Strategiche	5,3%	7,7%	4,0%	6,9%	5,6%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Non emergono, infine, particolari problemi relativi al reperimento delle risorse da parte delle imprese che utilizzano il lavoro interinale. Solo in 7 casi, corrispondenti al 7% del campione, percentuale quasi del tutto trascurabile, le imprese hanno dichiarato di aver avuto difficoltà a ricoprire particolari figure professionali di cui avevano bisogno. Conferma ulteriore del fatto che esiste una sostanziale corrispondenza tra le attuali necessità di lavoro interinale delle imprese e l'attuale configurazione dell'offerta.

V.11) La valutazione delle Agenzie di lavoro interinale

E' stato chiesto alle aziende utilizzatrici di lavoro interinale di dare un giudizio complessivo sull'esperienza effettuata di reperimento di lavoro "a tempo" e su singoli aspetti del servizio offerto dalle Agenzie di lavoro interinale.

In particolare sono stati indagati il livello di soddisfazione generale circa il servizio offerto dall'Agenzia e aspetti quali: tempi di risposta, formazione dei lavoratori, il rapporto qualità/prezzo del servizio offerto, la professionalità degli addetti.

Tab. 35.V Valutazione complessiva circa il servizio offerto dalle agenzie di lavoro interinale

	Settore di attività					Area territoriale			N° di addetti			
	Totale	Produzione/Industria	Produzione/Costruzioni	Servizi	Commercio	Napoli	Penisola sorrentina/Issole	Nord Napoli e aree interne	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Per niente soddisfatto	3,0%	3,2%	0,0%	2,9%	3,3%	0,0%	0,0%	7,9%	0,0%	10,0%	5,9%	1,5%
Poco soddisfatto	12,0%	9,7%	0,0%	17,6%	10,0%	15,1%	0,0%	10,5%	0,0%	0,0%	0,0%	18,2%
Nè soddisfatto nè insoddisfatto	6,0%	6,5%	0,0%	8,8%	3,3%	9,4%	11,1%	0,0%	0,0%	20,0%	5,9%	3,0%
Abbastanza soddisfatto	54,0%	61,3%	80,0%	41,2%	56,7%	47,2%	66,7%	60,5%	50,0%	30,0%	64,7%	53,0%
Molto soddisfatto	19,0%	6,5%	20,0%	26,5%	23,3%	24,5%	11,1%	13,2%	50,0%	30,0%	11,8%	19,7%
Non so/non indica	6,0%	12,9%	0,0%	2,9%	3,3%	3,8%	11,1%	7,9%	0,0%	10,0%	11,8%	4,5%
Totale	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

La valutazione complessiva circa il servizio offerto dalle agenzie e circa i singoli aspetti indagati è in generale molto positiva. Il 73% delle aziende utilizzatrici dichiara infatti di essere molto/abbastanza soddisfatto (contro un 15% di insoddisfatti); in assoluto le aziende che esprimono maggior consenso verso le agenzie sono quelle appartenenti al settore costruzioni e commercio.

Inoltre, per quanto riguarda i fattori indagati, fatta eccezione per il rapporto "prezzo qualità" per cui non prevale nessuna tendenza particolare, i giudizi positivi sono di gran lunga superiori a quelli negativi.

Nello specifico, il livello più elevato di soddisfazione si registra relativamente ai tempi di risposta delle Agenzie, seguono quindi, in ordine di giudizio, la professionalità e la formazione dei lavoratori (a conferma di quanto emerso in precedenza).

Tab. 36.V Valutazione complessiva circa il servizio offerto dalle agenzie di lavoro interinale

	Soddisfatti	Insoddisfatti	Indifferenti	Non so/non indica
Giudizio complessivo	73,0%	15,0%	6,0%	6,0%
Tempi di risposta	88,0%	7,0%	0,0%	5,0%
Professionalità dei lavoratori	73,0%	14,0%	8,0%	5,0%
Formazione dei lavoratori	59,0%	29,0%	7,0%	5,0%
Rapporto prezzo/qualità	40,0%	35,0%	17,0%	8,0%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

V.12) L'opinione generale nei confronti del lavoro interinale

Alle imprese intervistate è stata chiesta una opinione di sintesi circa il lavoro interinale, che ha portato queste aziende ad esplicitare il giudizio che si sono formate circa questa tipologia di lavoro. Risulta interessante comparare i principali giudizi espressi dalle aziende utilizzatrici e non utilizzatrici:

Tab. 37.V Opinione generale nei confronti del lavoro interinale

Item	Aziende utilizzatrici	Aziende non utilizzatrici
<i>La flessibilità del lavoro tutela l'azienda</i>	24,0%	21,9%
<i>Da la possibilità di impiegare personale già formato</i>	21,0%	9,3%
<i>Non mi fido del lavoro delle Agenzie di lavoro interinale</i>	19,0%	13,1%
<i>Permette di avere dipendenti occasionali</i>	15,0%	5,9%

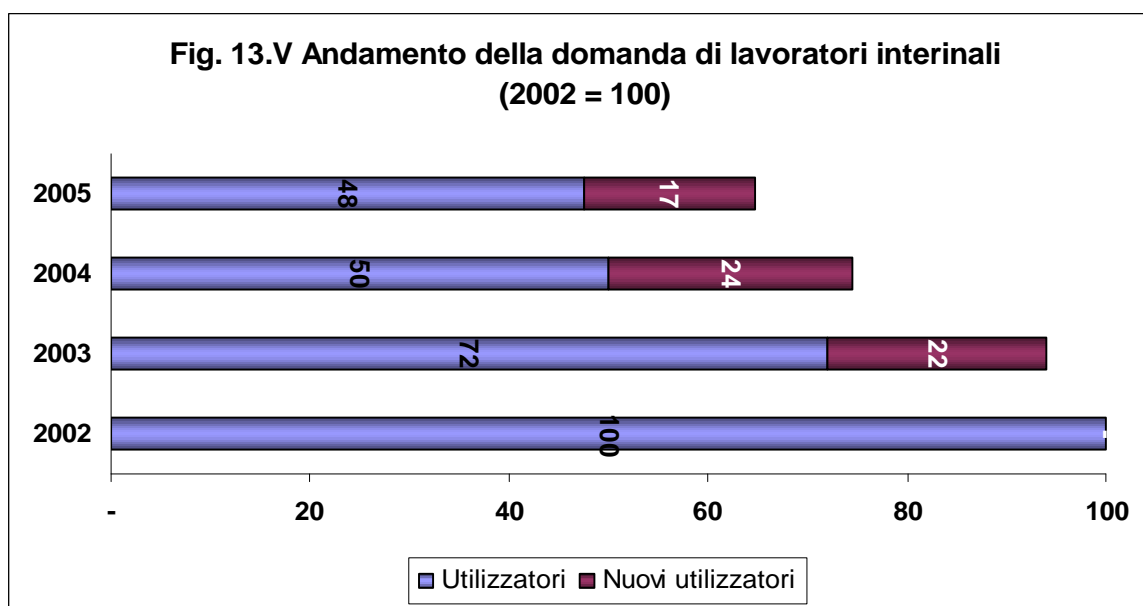
Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Appare evidente come le aziende utilizzatrici siano generalmente più consapevoli dei principali benefici del lavoro interinale nell'esprimere la propria opinione generale, tenendo in conto i benefici in termini di flessibilità e di formazione derivanti dall'utilizzo di lavoro interinale.

Pur tuttavia permane, ed anzi si amplia, un'area di diffidenza nei confronti delle Agenzie di lavoro interinale proprio tra coloro che ne fanno uso. Questo dato risulta in piena contraddizione con quello (analizzato in precedenza) che esprime una sostanziale soddisfazione per il lavoro svolto dalle Agenzie ed indica una condizione di paura "irrazionale" e di "diffidenza a prescindere" nei confronti degli intermediari del lavoro. Questo dato indica un radicato scetticismo delle imprese ed una rinuncia non serena delle prerogative della scelta e della selezione del proprio personale, tipica di un mercato del lavoro temporaneo ancora allo "stato nascente" e lungi dall'aver acquisito uno stadio di maturità. In queste condizioni appare indispensabile da parte delle Agenzie fare quanto possibile per ampliare la conoscenza del ruolo svolto e dei benefici prodotti dal loro lavoro mediante campagne informative e divulgative che abbiano come destinatari non solo le aziende che non hanno ancora sperimentato questa forma di lavoro, ma anche le aziende già utilizzatrici di lavoro in affitto.

V.13) Le tendenze future

Al termine dell'intervista con le imprese della provincia di Napoli è stata indagata la propensione di queste aziende ad utilizzare questa forma di lavoro nel prossimo futuro (2004-2005). Questa informazione è stata raccolta, sia tra le aziende che hanno fatto già uso di lavoro in affitto nell'ultimo biennio che tra le aziende che non hanno ancora fatto uso di lavoro interinale. L'analisi delle prospettive future di utilizzo dello strumento del lavoro interinale viene qui proposta congiuntamente per i due distinti campioni e viene effettuato un raffronto sulle ipotesi di utilizzo futuro da parte degli attuali utilizzatori e dei non utilizzatori. Unendo questi dati a quelli raccolti in relazione all'utilizzo effettuato negli ultimi due anni (2002-2003) è stata costruita, quindi, una serie storica (2002-2005) in grado di rappresentare l'andamento della domanda di lavoro interinale da parte delle imprese della provincia.



Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Ponendo a base della serie il numero di utilizzatori dell'anno 2002, il grafico mostra chiaramente come la tendenza predominante sia quella di una naturale contrazione del numero di aziende che, nella provincia di Napoli, si rivolgono continuamente a questa modalità di reclutamento di personale.

Infatti, nel 2005 all'incirca il 50% degli iniziali "utilizzatori" stima di continuare a ricorrere al lavoro interinale, con perdite che sono connaturate alle caratteristiche dello strumento e che non sono compensate, integralmente, dall'ingresso di nuovi utilizzatori. Ciò, presumibilmente, deriva dalle particolari condizioni del ciclo economico che, riducendo le

prospettive di mercato delle aziende, rendono poco prevedibili "picchi di produzione" che, come si è visto, rappresentano il presupposto basilare per l'utilizzo del lavoro interinale.

Non a caso, infatti, la maggior parte delle risposte ricevute dalle imprese "già utilizzatrici" (circa il 53%) denuncia un atteggiamento di assoluta "prudenza" nelle valutazioni future, con un'elevata quota (32%) di aziende che ritiene di poter "confermare" le quantità di lavoro interinale impiegate nel periodo precedente ed un 21% di soggetti che dichiara di non avere ancora elementi sufficienti per formulare una previsione effettivamente sostenibile e realistica.

Considerando, allora, che - come si è desunto dall'analisi dell'offerta di lavoro interinale, nonché dalle opinioni raccolte presso i testimoni privilegiati - il fenomeno del lavoro in affitto è generalmente riconosciuto in fase di sviluppo anche a livello provinciale, si deve ritenere, fondatamente, che questa crescita abbia origine sempre più marcatamente dalle richieste provenienti dalla pubblica amministrazione.

Anche sul piano del "numero di lavoratori interinali" che si ritiene di poter inserire nei prossimi due anni (2004 e 2005) in azienda, le risposte sottolineano ancora una volta un ricorso "limitato" (da 1 a 2 lavoratori) al lavoro in affitto, a conferma di un'apertura sicuramente molto "condizionata" del sistema imprenditoriale provinciale nei confronti di questa modalità di reclutamento delle risorse e, in definitiva, in continuità e piena coerenza con il "profilo" di domanda già sperimentato in passato.

Un atteggiamento poco "innovativo" e, nel complesso, "misurato" è, poi, anche quello che riguarda la previsione del livello di "diffusione" in azienda del lavoro interinale, in termini di numerosità delle figure professionali interessate. Nella maggioranza dei casi,

Tab. 38.V Le figure professionali a cui l'azienda pensa di dover far ricorso nei prossimi due anni

	Settore di attività					N° di addetti			
	Totale	Industria	Costruzioni	Servizi	Commercio	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Operai e addetti a "lavorazione"	26,7%	39,5%	20,0%	21,7%	21,7%	45,0%	23,8%	21,1%	23,2%
Impiegati	14,1%	10,5%	40,0%	10,9%	17,4%	0,0%	9,5%	10,5%	21,7%
Addetti al commercio e servizi	23,0%	7,9%	40,0%	19,6%	37,0%	35,0%	28,6%	15,8%	21,7%
Lavoratori "artigiani" e/o "professionalizzati"	14,1%	10,5%	0,0%	23,9%	8,7%	25,0%	9,5%	15,8%	13,0%
Professionisti	5,2%	2,6%	0,0%	6,5%	6,5%	15,0%	4,8%	5,3%	2,9%

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

infatti, le aziende intervistate ritengono, prudenzialmente, di dover circoscrivere gli inserimenti futuri ad un numero assolutamente limitato di profili (una parte o pochissime figure), iscrivendo in questo modo il ricorso all'interinale entro spazi definiti - e, quindi, più facilmente controllabili - dell'organizzazione.

Nello specifico, mentre nelle attività della trasformazione industriale prevalgono chiaramente le figure (soprattutto operai) legate alle "lavorazioni" e, dunque, alla gestione delle fasi produttive vere e proprie, nei servizi e nel commercio le valutazioni espresse dalle aziende sembrano rivolgersi, più naturalmente, a figure professionali di livello "impiegatizio" e, comunque, in possesso di competenze e capacità più specializzate ed a maggior contenuto di conoscenze e abilità "intellettuali".

Questi stessi orientamenti, anche sul piano della loro distribuzione "settoriale", emergono, quindi, con particolare evidenza dall'analisi dei "ruoli" che l'impresa pensa di coprire attraverso il ricorso all'interinale.

	Settore di attività					N° di addetti			
	Totale	Industria	Costruzioni	Servizi	Commercio	1-3	4-10	11-20	Oltre 20
Produzione (es. operaio)	51,6	86,4	50,0	56,3	24,2	52,6	31,3	58,3	51,3
Amministrazione/Finanza (segretaria, impiegato)	36,3	18,2	50,0	46,9	36,4	31,6	31,3	25,0	43,6
Marketing/Commerciale	35,2	22,7	25,0	28,1	51,5	21,1	50,0	25,0	38,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: elaborazione API su dati Focus Marketing

Tipicamente, infatti, se nell'industria prevale l'inserimento nella "produzione", nelle attività terziarie (servizi e commercio) sono particolarmente apprezzate anche le "collocazioni" di lavoratori interinali nell'ambito "amministrativo" e nel "marketing".