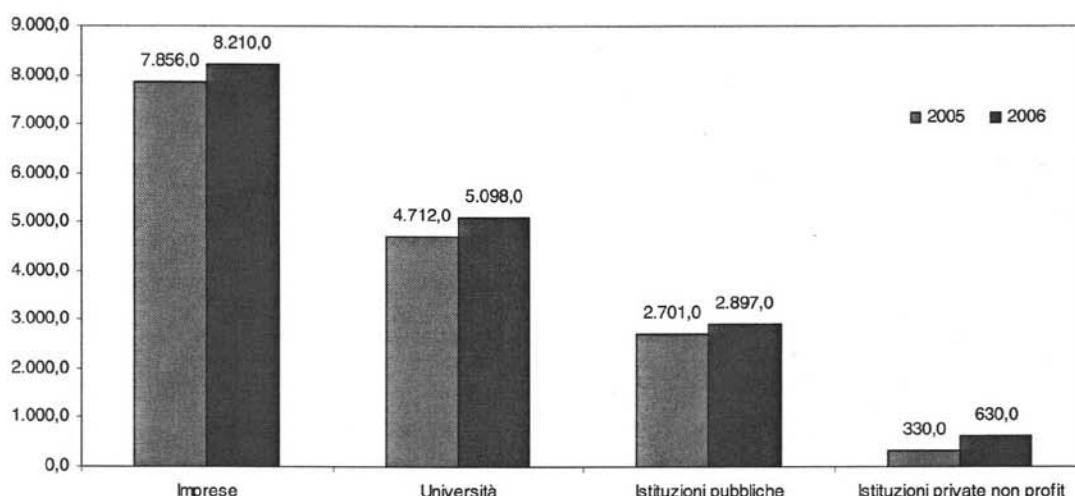


addetti hanno investito in R&S una quota pari al 70,7% della spesa complessiva del settore. Rispetto al 2005, tuttavia, il contributo percentuale delle grandi imprese appare leggermente ridimensionato, mentre si assiste a una crescita delle quote relative alle imprese fino a 49 addetti (dal 6,0 al 7,3%), a quelle con 50-99 addetti (dal 4,1 al 6,2%) e a quelle con 100-249 addetti (dall'8,5 all'8,8%).

*Figura 1.5 – Spesa per R&S intra-muros per settore istituzionale – Anni 2005-2006 (milioni di euro)*



Fonte: Istat, Rilevazione sulla Ricerca & Sviluppo in Italia

Nel 2006, i livelli di spesa più elevati si riscontrano per i settori della fabbricazione di altri mezzi di trasporto (1.011 milioni di euro), della fabbricazione di macchine ed apparecchi meccanici (935 milioni di euro), della fabbricazione di autoveicoli (823 milioni di euro), della fabbricazione di apparecchiature radio-tv e per telecomunicazioni (793 milioni di euro), della chimica (705 milioni di euro), e dei servizi di ricerca e sviluppo (651 milioni di euro). In queste attività economiche si concentra il 60% della spesa complessiva per R&S *intra-muros* sostenuta dalle imprese italiane.

Nel 2006, la consistenza del personale impegnato in attività di R&S (espressa in unità equivalenti a tempo pieno) è pari a 192.002 unità con un incremento, rispetto al 2005, del 9,6% (superiore, quindi, al 7,9% realizzato in termini di spesa). L'aumento interessa tutti i settori istituzionali, anche se le variazioni più rilevanti si registrano nelle istituzioni private non profit nelle imprese e nelle istituzioni pubbliche.

Il settore con il maggior numero di addetti dedicati alla R&S (espressi in unità equivalenti a tempo pieno) è quello delle imprese (80.081, pari al 41,7 per cento del totale), seguito dall'università (67.688 unità, pari al 35,3 per cento), dalle istituzioni pubbliche (36.165 unità, pari al 18,8 per cento) e dalle istituzioni private non profit (8.068 unità, pari al 4,2 per cento).

La distribuzione regionale della spesa per R&S *intra-muros* conferma, per il 2006, il ruolo trainante del Nord-ovest, da cui proviene il 37,4 per cento della spesa, seguito dal Centro (25,1%), dal Nord-est (19%) e dal Mezzogiorno (18,5%). Nord-est e Mezzogiorno sono cresciuti percentualmente di circa un punto, rispetto al 2005, erodendo la posizione del Centro che perde, al contrario, due punti percentuali. La spesa totale per R&S rimane fortemente concentrata in tre regioni – Piemonte, Lombardia e Lazio – che coprono il 59,1% della spesa per R&S delle imprese,

il 54,1% di quella delle istituzioni pubbliche e il 31,7% della spesa sostenuta dalle università. Complessivamente, si concentra in queste regioni il 50,5% della spesa nazionale per R&S. A livello di macro-regioni, sebbene il Nord-ovest mantenga un ruolo trainante con oltre il 50% della spesa, cresce il contributo del Nord-est che raggiunge il 21,1% del totale.

Passando al settore pubblico, si deve rilevare il netto arretramento della regione Lazio che, a fronte di una riduzione della spesa per R&S delle istituzioni pubbliche di circa 160 milioni di euro tra 2005 e 2006, raccoglie nel 2006 il 42,3% della spesa pubblica nazionale per R&S (51,2% nel 2005). La spesa per R&S delle istituzioni pubbliche aumenta, comunque, in quasi tutte le regioni e, in particolare, in alcune regioni del Mezzogiorno: Campania (+75 milioni di euro), Sicilia (+34 milioni di euro), Puglia (+24 milioni di euro), Basilicata (+22 milioni di euro).

A fronte, infine, di una sostanziale stabilità della distribuzione regionale della spesa per R&S delle università, è il settore del non profit a mostrare una forte vitalità anche in termini di modifiche nella distribuzione regionale della spesa per R&S. Anche a fronte di aumenti rilevanti di spesa in diverse regioni, la Lombardia rafforza la sua posizione di leadership raggiungendo nel 2006 il 53,5% del totale della spesa nazionale.

### 1.2.2 *Gli investimenti in attività innovative*

Per quanto riguarda la diffusione dell'innovazione nelle imprese italiane, nel triennio 2004-2006, il 27,1% delle imprese italiane con almeno 10 addetti ha introdotto sul mercato, o al proprio interno, innovazioni di prodotto e/o processo. Nello *European Innovation Scoreboard* le imprese italiane risultano al ventitreesimo posto (su 37 paesi) con un punteggio del *Summary Innovation Index* (SII) pari a 0,33, al di sotto della media europea (0,45) e dei paesi *competitors*.

Differenze significative nella propensione ad innovare emergono a livello dimensionale; in particolare, l'introduzione di nuovi prodotti e/o processi interessa oltre la metà delle imprese con almeno 250 addetti e solo un quarto di quelle con 10-49 addetti. Se tra le piccole imprese (10-49 addetti) il 24,9% ha introdotto innovazioni, in quelle relativamente più grandi (50-249 addetti) la percentuale sale al 42,2% fino a raddoppiare in quelle con 250 addetti e oltre (54,6%). Questo divario risulta ancora più marcato nell'industria in senso stretto che, pur registrando percentuali di imprese innovative relativamente più elevate in tutte le fasce dimensionali, mostra differenze più evidenti tra le piccole e le grandi imprese (rispettivamente il 33 e il 69,3%).

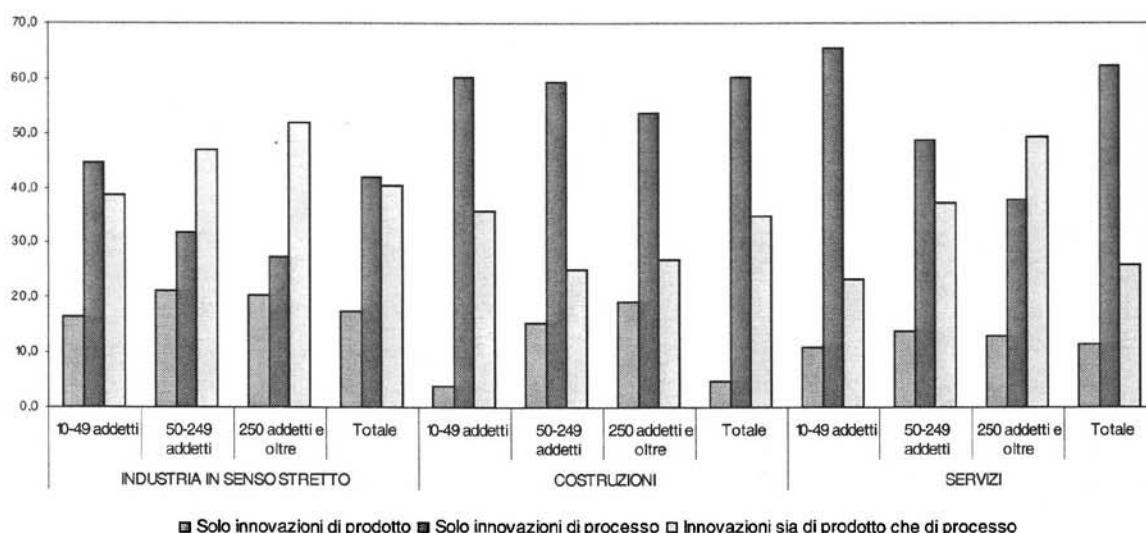
La diffusione dell'innovazione tecnologica varia, inoltre, sensibilmente in relazione all'attività economica. In particolare, le imprese innovative sono state il 36,3% nell'industria in senso stretto, il 17,3% nelle costruzioni, il 21,3% nei servizi. Nell'industria, ad esempio, coesistono settori in cui i due terzi delle imprese sono innovative – la fabbricazione di macchine per ufficio (73,3%), le industrie chimiche (63,3%) e la fabbricazione di apparecchi radio-tv e delle telecomunicazioni (61,9%) - e settori in cui innova meno di un quarto delle imprese - le industrie del vestiario (13,3%) e del cuoio e calzature (18,6%) e il settore estrattivo (20,3%). Una forte variabilità intersetoriale caratterizza anche i servizi: a fronte di alcuni settori con una significativa frequenza di imprese innovative come quelli delle poste e telecomunicazioni (55,2%), delle assicurazioni (52,6%), e della ricerca e sviluppo (51,2%), se ne registrano altri poco innovativi, tra cui il commercio al dettaglio (14,2%) e le attività di supporto e ausiliarie dei trasporti (15,8%).

Complessivamente, rispetto al triennio 2002-2004, la percentuale delle imprese innovative sul totale risulta più contenuta, registrando una tenuta nel settore dell'industria in senso stretto (36,4%) e una riduzione nei servizi (27,1%).

Nel complesso si conferma un diffuso orientamento verso l'innovazione di processo. Infatti, tra le imprese che hanno innovato nel triennio 2004-2006, il 50,5% ha introdotto innovazioni che interessano unicamente il processo produttivo, il 35,2% ha innovato congiuntamente processi e prodotti e il rimanente 14,3% ha concentrato le proprie attività innovative sui soli prodotti (fig. 1.6).

Sebbene a livello complessivo prevalga un orientamento verso l'innovazione di processo, le scelte e i comportamenti innovativi restano fortemente legati alle caratteristiche strutturali delle imprese. Difatti, nelle imprese di piccole dimensioni e in quelle operanti nei settori delle costruzioni e dei servizi, l'attenzione è rivolta principalmente all'innovazione di processo disgiunta dall'innovazione di prodotto, mentre nelle grandi imprese e nei settori industriali l'innovazione tecnologica continua a configurarsi prevalentemente come un'attività di intervento svolta congiuntamente sui prodotti e sui processi di produzione. Sensibilmente più contenuto nel complesso appare, invece, l'orientamento verso la sola innovazione di prodotto. Nel triennio 2002-2004, le imprese italiane che avevano introdotto innovazioni di solo processo erano il 17,4% nell'industria in senso stretto e il 13,9% nei servizi. Le imprese con strategie dirette ad innovare contestualmente prodotti e processi produttivi erano il 12,7% nell'industria e 8,6% nei servizi, mentre la quota di imprese innovative esclusivamente di nuovi prodotti erano il 6,3% nell'industria e 4,6% nei servizi.

*Figura 1.6 – Imprese innovative per tipologia di innovazione introdotta, macro settore e classe di addetti. Anni 2004-2006 (composizioni percentuali)*



Fonte: Istat, C.I.S. (Community Innovation Survey)

I risultati della rilevazione consentono anche di valutare il grado di novità-originalità delle innovazioni di prodotto introdotte, distinguendo i prodotti nuovi in assoluto (ossia introdotti per la prima volta sul mercato di riferimento) dai prodotti nuovi per l'impresa, ma già presenti sul mercato. Il 6,9% delle imprese (corrispondente al 25,4% di quelle innovative) ha introdotto sul mercato prodotti originali. Questi ultimi hanno inciso sul fatturato totale del 2006 per il 3,7% (7,0% del fatturato delle sole imprese innovative). La percentuale delle imprese che introducono nuovi prodotti sul mercato aumenta al crescere della dimensione aziendale: infatti, si passa dal 5,6% di

quelle con meno di 50 addetti (22,4% delle innovative della stessa classe dimensionale) al 27,3% in quelle con almeno 250 addetti (un’impresa su due tra quelle innovative).

Nel 2006 la spesa complessiva sostenuta dalle imprese italiane per l’innovazione ammonta a 28.936 milioni di euro, di cui oltre il 60% concentrato nell’industria in senso stretto. L’incidenza media per addetto è stata di 3.400 euro. La spesa per l’innovazione risulta ampiamente concentrata nelle imprese di maggiore dimensione; infatti, le imprese con 250 addetti e oltre - che rappresentano l’1,5% delle popolazione di riferimento - contribuiscono per il 57% alla spesa complessiva per innovazione, mentre le imprese con meno di 50 addetti - che costituiscono l’89% dell’universo considerato - partecipano con una quota inferiore al 20% della spesa totale. Le grandi imprese mostrano anche i livelli più elevati di spesa per addetto (5.100 euro con riferimento al totale delle imprese e 7.700 euro con riferimento a quelle con attività innovative), mentre nelle imprese con meno di 50 addetti, la spesa per addetto si attesta su cifre molto più contenute (1.700 euro rispetto al totale delle imprese e 6.000 euro sul totale delle imprese innovative).

Rispetto al 2004, la spesa complessiva per l’innovazione diminuisce di circa il 5%, mentre la spesa media per addetto rimane sostanzialmente stazionaria. Nel 2004, l’impegno finanziario sostenuto dalle imprese italiane ammontava a circa 30 miliardi di euro con quasi i due terzi del totale concentrati nell’industria (19 miliardi di euro, pari a 9.400 euro per addetto), un valore che rispetto al 2000, diminuiva di circa il 4%.

L’analisi per macrosettore conferma nel caso dell’industria la relazione diretta tra la spesa per addetto e dimensione aziendale. Nei servizi, invece, la dimensione aziendale non sembra influire in maniera significativa sull’intensità innovativa. Per le costruzioni, infine, i due indicatori di intensità offrono informazioni contrastanti: se lo sforzo innovativo per addetto sembra subire un, pur lieve, incremento al crescere della dimensione settoriale, una relazione inversa emerge tra dimensione aziendale e spesa media per l’innovazione se si considerano le sole imprese innovative; in questo caso, infatti, sono le piccole imprese a sostenere un maggior impegno finanziario per addetto (5.900 euro contro i 4.100 delle imprese medie e i 2.700 delle grandi).

### **1.3 *La domanda potenziale di formazione e i fabbisogni formativi***

In questo paragrafo riportiamo i risultati di due analisi, condotte su diverse fonti (INDACO, INPS, Excelsior), che rappresentano un aggiornamento rispetto a quanto pubblicato nelle annualità precedenti di questo Rapporto. Il primo riguarda l’analisi dei bisogni formativi e di apprendimento dei lavoratori, il secondo l’analisi della domanda potenziale di formazione delle imprese.

#### **1.3.1 *I bisogni formativi e di apprendimento dei lavoratori***

Un primo dato di sfondo riguarda la percezione del fabbisogno formativo da parte dei lavoratori. Circa il 60% dei lavoratori intervistati riconosce la necessità, per poter svolgere efficacemente il proprio lavoro, di dover aggiornare o acquisire nuove competenze, ma molto rilevante è anche la quota di persone, circa il 40%, che non ritiene utile per il proprio lavoro intraprendere processi di miglioramento delle proprie competenze professionali (tab. 1.4).

*Tabella 1.4 - Atteggiamenti dei lavoratori verso la formazione continua (%): percezione della utilità della formazione ai fini dello sviluppo e dell'acquisizione delle competenze*

<b>Caratteristiche del lavoratore</b>	<b>Dip. Privato</b>		<b>Autonomo</b>		<b>Dip. Pubblico</b>		<b>Totale</b>	
	Utile (A)	Non utile (B)	Utile (A)	Non utile (B)	Utile (A)	Non utile (B)	Utile (A)	Non utile (B)
<b>Totale</b>	55,5	44,5	55,2	44,8	79,7	20,3	60,7	39,3
<b>Genere</b>								
Uomo	58,5	41,5	57,5	42,6	75,9	24,2	60,9	39,1
Donna	50,3	49,7	49,7	50,3	82,7	17,3	60,4	39,6
<b>Età</b>								
fino a 24	64,6	35,4	66,1	33,9	72,2	27,8	65,4	34,6
25-34	62,3	37,7	66,5	33,5	83,5	16,5	66,4	33,6
35-44	57,4	42,6	59,9	40,1	82,2	17,8	64,0	36,0
45-54	42,1	57,9	49,1	50,9	81,4	18,6	55,6	44,4
55 e oltre	36,6	63,4	38,7	61,3	62,6	37,4	44,1	55,9
<b>Titolo di studio</b>								
elementare	20,2	79,9	25,9	74,1	32,1	68,0	23,4	76,6
media inf.	44,5	55,5	44,1	56,0	57,1	42,9	46,0	54,0
professionale	67,5	32,5	56,4	43,6	81,4	18,6	68,1	31,9
diploma	68,7	31,3	65,1	34,9	85,4	14,7	72,1	28,0
università	80,3	19,7	88,2	11,8	93,3	6,7	88,2	11,8
<b>Settore</b>								
Industria	54,8	45,2	41,0	59,0	--	--	52,5	47,6
Costruzioni	40,8	59,2	49,2	50,8	--	--	43,9	56,1
Comercio	48,6	51,4	50,3	49,7	--	--	49,4	50,6
Servizi	66,4	33,6	71,1	28,9	--	--	67,8	32,2
P.A.			71,1	28,9	79,7	20,3	79,2	20,8
<b>Posizione professionale</b>								
Dirigente	68,6	31,4			91,0	9,0	79,7	20,3
Quadro	75,9	24,1			89,6	10,5	83,0	17,0
Impiegato	74,1	25,9			84,5	15,5	78,6	21,4
Operaio	41,1	58,9			47,5	52,5	41,8	58,2
Commesso	17,7	82,3			--	--	17,7	82,3
Imprenditore			55,3	44,8			55,3	44,8
Libero professionista			80,7	19,3			80,7	19,3
Lavoratore in proprio			49,1	50,9			49,1	50,9
Socio di cooperative			51,3	48,7			51,3	48,7
Coadiuvante			38,4	61,6			38,4	61,6
<b>Area geografica</b>								
Nord Ovest	58,5	41,6	55,8	44,2	80,3	19,7	61,2	38,8
Nord Est	51,9	48,1	53,5	46,5	83,0	17,0	57,7	42,3
Centro	53,7	46,4	57,4	42,6	80,8	19,2	60,8	39,2
Sud Isole	56,5	43,5	54,3	45,7	77,3	22,8	62,5	37,6

A = La formazione è utile per aggiornare e/o acquisire competenze e conoscenze

B = La formazione non è utile né per aggiornare né per acquisire nuove competenze/conoscenze

Fonte: ISFOL INDACO-Lavoratori (*Indagine sulla conoscenza*)<sup>8</sup>

<sup>8</sup> INDACO-Lavoratori è l'indagine sui comportamenti formativi dei lavoratori realizzata da ISFOL dal 2001. L'indagine rileva le caratteristiche e la dinamica della domanda di formazione continua espressa dai lavoratori. Le informazioni raccolte sono sia di tipo quantitativo sia di tipo qualitativo: le prime stimano la partecipazione alle attività formative e i differenziali formativi dovuti a fattori demografici (genere, età), culturali (istruzione) e professionali; le seconde, consentono di conoscere obiettivi, vincoli e aspettative verso le politiche pubbliche. Altre informazioni

Analizzando il dato in relazione alle diverse caratteristiche del lavoratore, si evidenzia come i convincimenti dei lavoratori varino al variare di diversi fattori.

Considerando la categoria di appartenenza del lavoratore, vi è infatti un diverso e più importante riconoscimento della necessità di accrescere le competenze da parte dei lavoratori del pubblico impiego (79,7% dei lavoratori ritiene di dovere acquisire o aggiornare le competenze) rispetto ai dipendenti privati o ai lavoratori autonomi (circa il 55%), con un differenziale di circa 24 punti percentuali. Molto significativa è pure l'alta percentuale di lavoratori privati ed autonomi (circa il 44%) che dichiara di non “dovere né aggiornare né acquisire nuove competenze e conoscenze per svolgere al meglio il proprio lavoro”.

Considerando i comportamenti relativamente al genere, tra i dipendenti privati ed i lavoratori autonomi sono più gli uomini delle donne a riconoscere la necessità di misurarsi con un miglioramento delle competenze professionali (+8,2% per i dipendenti privati, +7,8% per i lavoratori autonomi) mentre nel caso dei dipendenti pubblici sono le donne ad esprimere una maggiore domanda di formazione (+6,8%). Ancora una volta sono però i valori in negativo della rilevazione ad evidenziare una possibile criticità, dovuta al fatto che circa la metà delle lavoratrici dei settori privato ed autonomo, settori in cui sappiamo essere più critica la condizione femminile, non riconoscono la necessità di dovere intraprendere percorsi di miglioramento delle competenze.

Ulteriori considerazioni possono essere fatte in relazione alle variabili età, titolo di studio, posizione professionale. La consapevolezza della necessità di fare aggiornamento è maggiormente sentita per le classi di età più giovani. L'innalzamento dell'età influisce diversamente sui comportamenti dei lavoratori in corrispondenza della categoria professionale dei lavoratori. Nel caso dei dipendenti pubblici, over 45 e lavoratori maturi (oltre i 55 anni), l'innalzamento dell'età aumenta la consapevolezza della necessità di fare formazione, mentre nel caso dei lavoratori privati ed autonomi essa rende molto meno sensibile il lavoratore alla necessità di intraprendere processi di ammodernamento delle competenze, in particolare nel caso dei dipendenti privati.

La relazione tra titolo di studio e consapevolezza della necessità di dovere procedere a miglioramenti delle competenze (domanda formativa), evidenzia come essa cresca all'aumentare del titolo professionale. A proposito della condizione professionale, le figure a più basso inquadramento risultano le meno recettive alla percezione della utilità della formazione, mentre molto più esposti e sensibili si dimostrano i lavoratori di livello superiore o i professionisti alla necessità di “*new skills*” per il lavoro. Questi dati riflettono l'andamento generale della partecipazione dei lavoratori alle attività di formazione continua, che si caratterizza in Italia per essere fortemente correlata alla categoria di appartenenza del lavoratore (come è noto sono in particolare i dipendenti pubblici a fare formazione), e per la difficoltà dei segmenti deboli del mercato del lavoro (donne, lavoratori con bassi titoli di studio, lavoratori maturi) a partecipare a processi formativi. A questo proposito, da un lato la maggiore partecipazione alle attività formative rende il lavoratore più consapevole e sensibilizzato alla necessità e utilità di fare formazione, dall'altro proprio in corrispondenza dei segmenti deboli, i dati evidenziano come i lavoratori non siano in grado di esprimere una sufficiente e soprattutto compensativa domanda formativa.

A livello settoriale, “Servizi” e “Pubblica amministrazione” sono i settori che sembrano esercitare una maggiore pressione sui lavoratori a processi di adeguamento professionale: sono,

---

riguardano: le caratteristiche e le modalità di realizzazione delle azioni formative, la disponibilità a partecipare economicamente alle attività attraverso forme di coinvestimento e le valutazioni rispetto all'efficacia della formazione.

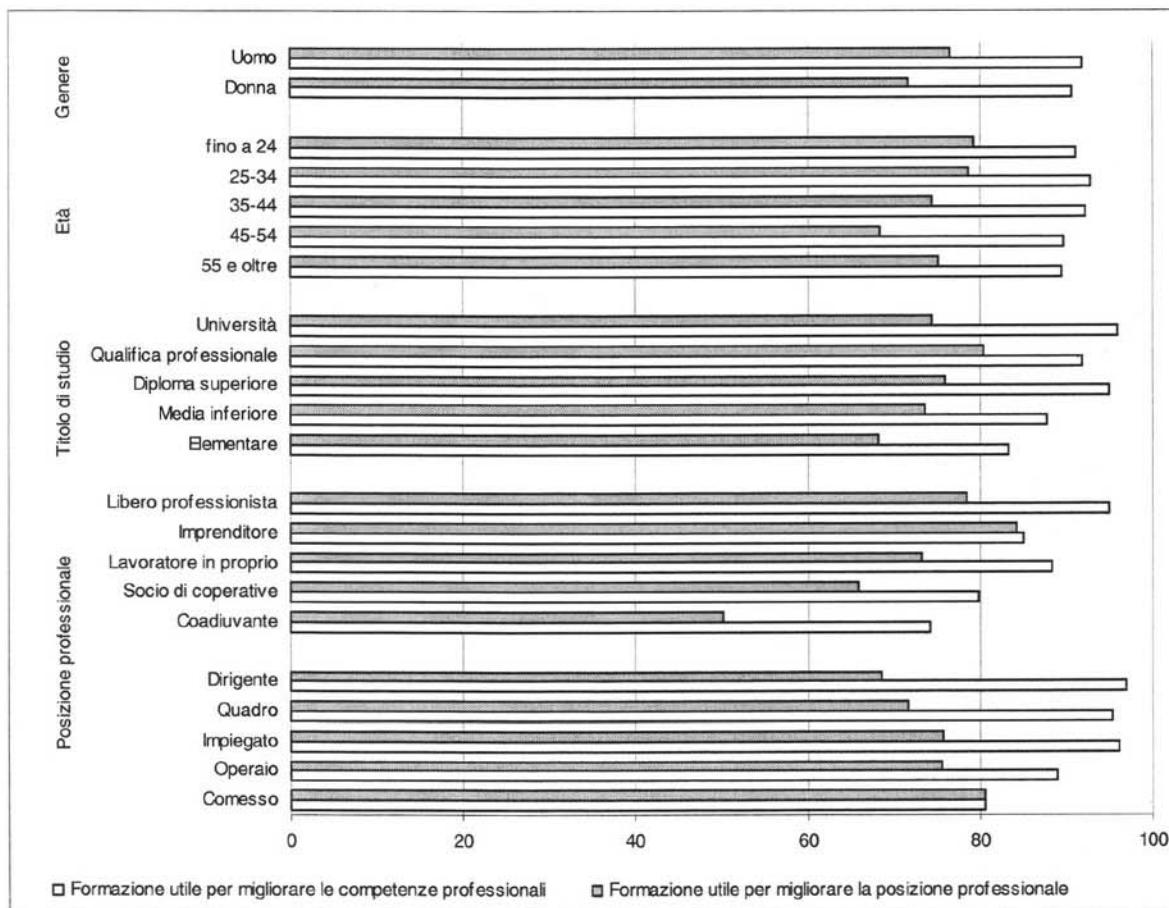
infatti, piuttosto i lavoratori appartenenti a questi due compatti ad esprimere una più alta domanda di formazione.

Considerando inoltre la posizione professionale, è da segnalare il fatto che il 50,9% dei lavoratori in proprio ed il 44,75% dei titolari di impresa non riconoscono utile e necessario migliorare le proprie competenze per svolgere al meglio il proprio lavoro. Si esprime così una difficoltà, per queste categorie, a intravedere percorsi di crescita personale, in vista di processi d’innovazione delle proprie attività imprenditoriali/commerciali, collegabile anche alle caratteristiche del modello produttivo italiano, in cui predomina il modello della piccola impresa.

Per quanto riguarda più specificamente l’utilità della formazione, essa viene in primo luogo indagata rispetto al tema generale della sua rilevanza ai fini dello sviluppo delle competenze professionali del lavoratore e successivamente rispetto ad aspetti specifici della mobilità professionale. Lo sviluppo di competenze può essere considerato un primo gradino per migliorare o ampliare la posizione professionale, crescere in autonomia, accrescere il proprio ruolo. La quasi totalità dei lavoratori intervistati (91,6%) riconosce che la formazione è utile per migliorare le competenze professionali (fig. 1.7). Si tratta di un risultato molto rilevante, in grado di dimostrare come la formazione goda, in principio, di un ampio riconoscimento tra i lavoratori. Tale giudizio non varia al variare di genere, età, collocazione geografica dei lavoratori, mentre risulta in parte influenzato dal titolo di studio posseduto dal lavoratore e dall’inquadramento professionale. Anche se il possesso di un titolo di studio più elevato fa crescere di molti punti tale atteggiamento/percezione (+11,63%) ed anche se la posizione professionale condiziona il giudizio dei lavoratori (in particolare gli inquadramenti più bassi - operaio e soci di cooperativa e coadiuvanti- presentano un atteggiamento meno positivo), il dato significativo è rappresentato dal permanere di un ampio strato dei lavoratori che si esprime positivamente verso l’utilità della formazione.

L’utilità della formazione è poi declinata rispetto alla sua capacità di favorire in generale un miglioramento della posizione professionale. A questo proposito il giudizio dei lavoratori, pur rimanendo molto positivo (due terzi dei lavoratori riconoscono che la formazione professionale contribuisce al “miglioramento e all’ampliamento della propria attività lavorativa”) mostra una maggiore cautela nel riconoscere un beneficio più concretamente riferito alla posizione lavorativa. Questo andamento è chiaramente visibile nella figura 1.7, che evidenzia un certo arretramento della percentuale dei lavoratori che rispondono affermativamente ai due quesiti sui benefici attesi dalla formazione.

*Figura 1.7 – Utilità della formazione rispetto al miglioramento delle competenze professionali o al miglioramento della posizione professionale (incidenza %, 2008).*



Fonte: ISFOL INDACO-Lavoratori (Indagine sulla conoscenza)

Da notare che sono piuttosto gli uomini a percepire la formazione come utile al miglioramento della posizione lavorativa (+4,7) e che circa un terzo delle donne esprime una opinione in tal senso negativa. L'età delinea un atteggiamento più positivo nei giovani e una maggiore criticità in corrispondenza della classe di età 45/55 anni, sempre nel quadro di un giudizio positivo. E' interessante notare come in questo caso il titolo di studio non condiziona negativamente il credito verso la formazione professionale, dove anche i lavoratori con un più basso titolo di studio ritengono la formazione in grado di innescare processi positivi in merito al miglioramento della posizione professionale. Infine, analizzando la posizione professionale, i dati mostrano una certa variabilità di atteggiamenti sempre positivi, rispetto ai quali si possono segnalare come imprenditori, liberi professionisti, ma anche commessi, operai, impiegati siano tra i più propensi a cogliere questo legame.

In sintesi, i lavoratori sembrano esprimere una forte domanda di formazione, dove la domanda "potenziale" è di gran lunga più significativa di quella effettivamente "fruita". Questo è ancora più evidente per i dipendenti privati ed autonomi, che si caratterizzano per una minore partecipazione alle attività formative, i quali denotano una domanda potenziale relativamente superiore.

L'utilità della formazione è fortemente ancorata alle prospettive percepite dal lavoratore in termini di vantaggi per la mobilità professionale, sia a livello di beneficio atteso dal lavoratore che a livello di beneficio effettivo. I dati infatti evidenziano come la quasi totalità dei lavoratori riconosca