



TURISMO: GIOVANI - IMPRESE - LAVORO **Il Veneto verso Milano-Cortina 2026**

**Report dell'incontro svoltosi il 6 aprile 2022 a Venezia
Scuola Grande San Giovanni Evangelista**

INDICE

LOCANDINA DELL'EVENTO	pag. 3
PARTECIPANTI ALLA TAVOLA ROTONDA	pag. 4
1° PARTE Saluti Istituzionali	pag. 5
2° PARTE Interventi introduttivi	pag. 7
Frame e percorso di lavoro	pag. 9
3° PARTE Tavola rotonda con Associazioni ed Enti intervenuti	pag. 11
4° PARTE Alcuni spunti conclusivi	pag. 14
RASSEGNA STAMPA	pag. 15

ALLEGATO 1

Imprese turistiche, addetti, assunzioni, giovani ed aspetti demografici
Ricerca Ufficio Studi CGIA Mestre

file allegato

L'EVENTO

VIDEO INTEGRALE QUI: https://bit.ly/TURISMO_GiovanImpreseLavoro



MERCOLEDÌ 6 APRILE 2022 - ORE 15.00
Scuola Grande San Giovanni Evangelista - Venezia, San Polo 2454



GIOVANI IMPRESE LAVORO

**Il Veneto verso
Milano-Cortina 2026**

Quale il futuro dei Turismi veneti, con la grande opportunità delle Olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026? Manageritalia e Ciset lavorano ad un progetto quadriennale di indagini, ponendo al centro un tema sempre più cruciale: il capitale umano ed in particolare i giovani. Per raggiungere risultati concreti occorre che tutti gli stakeholder privati e pubblici del turismo operino insieme, partendo da alcuni obiettivi: managerializzazione, integrazione, trasversalità. Manageritalia e Ciset hanno predisposto una proposta di road map da presentare ai protagonisti dei Turismi veneti, alle Associazioni Imprenditoriali, alle Istituzioni culturali, alle Amministrazioni pubbliche, per condividere un percorso comune che consolidi e professionalizzi il mondo del turismo.

PROGRAMMA

- ore 15.00 **Registrazione**
- ore 15.30 **Visita alla Scuola Grande San Giovanni Evangelista***
- ore 16.00 **Saluti istituzionali**
Lucio Fochesato, presidente Manageritalia Veneto
Paolo Scarpa, Presidente Manageritalia Lombardia
- ore 16.15 **Presentazione progetto**
Pietro Luigi Giacomon, Manageritalia Veneto
- ore 16.20 **Presentazione della ricerca introduttiva**
Occupazione turistica e demografia veneta
a cura dell'Ufficio Studi CGIA di Mestre
- ore 16.45 **Presentazione Road Map**
Michele Tamma, Presidente Ciset
- ore 17.00 **Interventi delle Associazioni, Enti, Amministrazioni pubbliche invitate**
- ore 18.15 **Conclusioni**

*SU PRENOTAZIONE

LA ROAD MAP

GIOVANI, FORMAZIONE, LAVORO

Il turismo attrae i giovani? Che scelte professionali compiono i diplomati? Che integrazione tra scuole ed imprese?

AZIENDE, IMPRENDITORI, MANAGER, OCCUPAZIONE

Quali possibilità di occupazione, reddito, percorsi di carriera nei differenti turismi? Quali cambiamenti nei modelli di business e nella organizzazione delle imprese? Quale ruolo dei manager? Quale sviluppo delle reti?

PROFESSIONI, COMPETENZE E MOBILITÀ

Nuove professioni e competenze: utili, necessarie, ricercate, remunerate? Nuove professioni interne o esterne alle imprese? Che propensione alla mobilità hanno i lavoratori del turismo? Il rapporto tra residenza e luogo di lavoro è locale, regionale, nazionale, estero?

TRASVERSALITÀ E INTEGRAZIONE

Come potenziare connessioni e sinergie con cultura, servizi, manifattura? Integrazione e trasversalità sono potenzialità di crescita e/o di "fare impresa" per i giovani?

DIRETTA STREAMING SUI CANALI YOUTUBE, FACEBOOK E LINKEDIN DI MANAGERITALIA

I PARTECIPANTI ALLA TAVOLA ROTONDA

AGNETTI	MATTIA	Segretario Fondazione Musei Civici Venezia
ALVERÀ	LUIGI	Vicesindaco Comune di Cortina
BALLARIN	ARMANDO	Presidente Skal Italia Agenzia Operatori Turismo
BARBIERATO	FEDERICO	Sindaco Comune di Abano Terme
BASSO	MICHELE	DMO – Dolomiti e prov. di Belluno
BECCARI	ROBERTO	Vicepresidente Manageritalia
BOSCHELLI	MATTIA	Direttore Federalberghi Garda Veneto
BRISOTTO	EDI	Dirigente Scolastico IPSSAR Massimo Alberini - Villorba
CANDONI	ITALO	Vicedirettore Confindustria Veneto
CANTELE	SILVIA	Docente Università Verona Polo universitario Vicenza
CARPANESE	ANTONIO	Consigliere Manageritalia Veneto
CARELLA	GUIDO	Presidente Manageritalia Servizi
DONAZZAN	ELENA	Assessore all'Istruzione, Formazione, Lavoro e Pari opportunità Regione Veneto
FOCHESATO	LUCIO	Presidente Manageritalia Veneto
FORMENTIN	ANGELO	Componente GDL Turismo Manageritalia Veneto
GATTOLIN	EUGENIO	Segretario Confcommercio Veneto
GIACOMON	PIETRO LUIGI	Coordinatore progetto Manageritalia Veneto
GIRARDI	ANTONIO	Segretario Regionale CIDA Veneto
GOTARDO	MARCO	Direttore Federalberghi Veneto
GRANZOTTO	ALBERTO	Presidente FAITA - Federcampig
GUBITTA	PAOLO	Docente Università Padova
LENTINI	FRANCO	Consigliere Associazione Albergatori Cortina
MANTOVANI	MARIO	Presidente Manageritalia
MARSILIO	MARA	Dirigente Scolastico ITES Einaudi Gramsci - Padova
MARTINI	ALESSANDRO	Direttore Fondazione Marca Treviso
MEZZANOTTE	CRISTINA	Presidente Manageritalia Emilia - Romagna
NICOLAI	DANIELE	Ricercatore CGIA Mestre
PALUMBO	CARMELA	Direttore Ufficio Scolastico Regionale
PORTALUPI	ANTONELLA	Vicepresidente Manageritalia
ROSACE	ALFREDO	Presidente Associazione Int. Città Murate Lions
SANTORO	GIOVANNI	A.V.M VELA
SCANDELLA	RACHELE	Dirigente Scolastico ITES Algarotti P. Sarpi - IPSSAR Barbarigo - Venezia
SCARPA	CLAUDIO	Direttore Associazione Veneziana Albergatori
SCARPA	PAOLO	Presidente Manageritalia Lombardia
SIMONETTO	GIOVANNI	Vicepresidente ITS Academy Turismo Veneto
TAMMA	MICHELE	Presidente Ciset
TERRIN	CARLO	Vicepresidente Manageritalia Veneto
TOMASI	FRANCO	Presidente Manageritalia Trentino Alto Adige
UGOLINI	MARTA MARIA	Docente Università Verona
VERTUANI	CARLA	Dirigente Scolastico ITES Luigi Einaudi - Verona
VITI	MAURO	Direttore Direzione Turismo Regione Veneto

1° PARTE - SALUTI ISTITUZIONALI¹

LUCIO FOCESATO

Il Presidente di Manageritalia Veneto si è soffermato sulle **motivazioni dell'iniziativa** legata al turismo ed ai giovani.

Manageritalia è impegnata in un **protocollo d'intesa con la Regione del Veneto** per la diffusione della cultura manageriale verso i giovani e l'utilizzo dei temporary manager nelle imprese.

Inoltre, il turismo nel Veneto rappresenta più di 20 milioni di arrivi e 71 milioni di presenze e contribuisce al PIL regionale più del 10 per cento. I differenti turismi dalle città d'arte al mare, dal lago alla montagna alle terme e la presenza di 6 siti UNESCO rappresentano **una offerta di assoluta eccellenza mondiale**.

Le conseguenze economiche e sociali della pandemia hanno segnato molte imprese e molti lavoratori del turismo; anche la guerra in Ucraina renderà il 2022 ancora più incerto.

Ma occorre guardare al futuro, lavorando in prospettiva di due occasioni importanti: la **ripartenza del turismo post pandemia e le opportunità delle Olimpiadi invernali Milano-Cortina del 2026**.

In questo contesto, ha aggiunto Fochesato, ci sono tre azioni da compiere insieme per migliorare il turismo.

La prima è renderlo attrattivo e performante, con un progetto che valorizzi maggiori competenze e professionalità.

La seconda è agire sui giovani, coinvolgendo gli Istituti del turismo e le Università, per trasferire con la formazione della cultura manageriale una maggior attrazione verso il settore.

Infine, occorre aiutare le imprese turistiche del Veneto ad innovare facendo squadra, utilizzando maggiormente profili manageriali anche per esser pronte per le opportunità derivanti dalle Olimpiadi Milano Cortina del 2026.

MARIO MANTOVANI

L'iniziativa ha un particolare significato, ha affermato il Presidente nazionale di Manageritalia, perché si collega allo sport, che unisce persone e culture e supera le distanze.

Manageritalia metterà a **disposizione del progetto le competenze del mondo manageriale**, presenti nelle attività legate allo sport, nel turismo ed in tutto l'indotto economico e sociale.

Il successo di manifestazioni come le Olimpiadi, ha concluso Mantovani, si misurerà su parametri economici, ma forse il successo principale sarà **lasciare l'idea di una comunità** che, anche da luoghi diversi, lavora insieme.

ELENA DONAZZAN

L'Assessore regionale all'Istruzione, Formazione e Lavoro ha ricordato come il rapporto con Manageritalia sia proficuo da molto tempo, anche con la firma di un protocollo d'intesa, che vede la **valorizzazione del ruolo della dirigenza**, protagonista nelle aziende e nelle associazioni di categoria.

¹ Viene qui presentata una breve sintesi dei Saluti istituzionali: il video citato a pagina 3 riporta integralmente gli interventi

La caratteristica dei manager è di essere coraggiosi e preparati. Oggi la funzione dirigenziale è fondamentale per una **comunità che deve affrontare elementi di particolare rilevanza** come la demografia, la visione del futuro in termini di competitività, quali siano i fondamentali su cui si deve investire, la responsabilità della guida (caratteristica principale di un dirigente). Tutto ciò va visto, ha detto l'Assessore, all'interno di un ecosistema, diverso tra territorio e territorio, tra filiere e settori, ma che ha una caratteristica distintiva – quando si parla dei manager e del rapporto che deve avere la classe dirigente – quella della capacità di guidare.

PAOLO SCARPA

Il Presidente di Manageritalia Lombardia ha evidenziato che l'evento di oggi si collega a quanto **le due Associazioni hanno ipotizzato di fare insieme**, con la realizzazione di alcune iniziative, anche con la Fondazione Milano-Cortina 2026. Grandi eventi come le Olimpiadi possono essere un **volano importante**: a Milano lo si è sperimentato con l'Expo del 2015. Negli anni successivi la città, storicamente non ai primi posti per presenze turistiche, ha scalato la classifica.

È importante, ha proseguito Paolo Scarpa, il **collegamento tra turismo e giovani**: tra i progetti che Manageritalia Lombardia sta portando avanti è stato appena presentato un progetto focalizzato sullo sviluppo dell'attrattività dei dieci siti lombardi UNESCO, in collaborazione con i giovani ed una Università. Anche questo può essere una sinergia tra Lombardia e Veneto.

2° PARTE – INTERVENTI INTRODUTTIVI²

PIETRO LUIGI GIACOMON

Presentando il progetto, il responsabile per Manageritalia Veneto Giacomon ha ricordato che il focus sulle RISORSE UMANE PER IL FUTURO è stato posto per il **senso di responsabilità sociale** di Manageritalia verso i giovani e verso le imprese: è necessario pensare ad un loro sviluppo in cui, mantenendo le famiglie imprenditoriali fondatrici, ci sia una continuità d'azienda ed un ricambio generazionale, con l'entrata di manager e di giovani preparati.

Partendo dai "GIOVANI: FUTURO PER IL TURISMO", il progetto si pone **alcune fondamentali domande**. Ad esempio:

- i lavori "nel e per" i turismi attraggono i giovani?
- quali sono le scelte di istruzione e formazione dei giovani nel turismo e quali risultati?
- come cambia la competitività delle imprese? e rafforzare imprenditorialità e managerialità?
- quale occupazione, competenze e percorsi professionali dei giovani "nel e per" il turismo?
- quali nuove connessioni ed integrazioni tra turismo, cultura, manifattura, servizi?

La road map, ha concluso Giacomon, avrà **successo solo se tutti gli attori dei turismi diventeranno partner del progetto**, condividendolo, rafforzandolo, integrandolo con le loro competenze ed analisi, per creare un ecosistema turistico.

DANIELE NICOLAI

La ricerca dell'Ufficio Studi della CGIA di Mestre (riportata integralmente nell'Allegato 1) evidenzia alcuni precisi elementi del Veneto, prima regione turistica in termini di **presenze, il 16,3 per cento del totale nazionale**, nel 2019, prima della pandemia. E' importante ricordare che le presenze si distribuiscono per il 35,7% nelle città d'arte, il 35,6% nelle località marine, il 18,4% al lago, il 6% nella montagna ed il 4,4% alle terme. È poi utile verificare come il settore **alloggi e ristorazione rappresentino un settore a medio-basso valore aggiunto** (quasi 40.000 € per occupato).

Nel Veneto operavano a fine 2021 37.000 imprese turistiche con circa 189.000 addetti. Sul fronte occupazione si è registrata una flessione netta: 26.000 occupati in meno rispetto al periodo pre-Covid.

Nicolai si è poi soffermato sulle **assunzioni per qualifiche professionali** e sul tipo e livello di qualificazione del personale dipendente, desunti dalla banca dati di Veneto Lavoro (i qualificati in attività turistiche sono: camerieri della ristorazione, baristi, cuochi, camerieri d'albergo, assistenti di viaggio, ...). E sull'andamento delle assunzioni a tempo determinato o no, a part time e full time e per sesso: dati significativi confrontati con il lavoro dipendente totale veneto.

Infine, una precisa **attenzione è stata posta alla demografia**: la popolazione veneta (come quella italiana) sta calando a partire dal 2015, ma ciò non succede in Lombardia ed in Emilia-Romagna, regioni con cui il Veneto si confronta.

² Viene presentata una sintesi delle introduzioni, integrate dal capitolo "Frame e percorso di lavoro" a pagina 9 e 10 e dall'Allegato 1. Il video citato a pagina 3 riporta le relazioni complete

Si pone quindi il tema dell'attrattività del Veneto ed un preciso andamento ancora negativo nelle previsioni al 2026 e al 2040, cosa che non si rileva in Emilia-Romagna.

MICHELE TAMMA

Il Presidente del Ciset ha innanzitutto ricordato che senza le persone, le loro competenze, la loro motivazione non riusciremo a migliorare la competitività delle imprese turistiche e innovare verso modelli di sviluppo più sostenibili. La filosofia ed i contenuti del progetto quadriennale (illustrati a pagina 9 e 10) considera che **non sia scontato che in futuro il capitale umano veda nel turismo un percorso interessante**: ci si è chiesto quanto contino le scelte ed i percorsi di sviluppo di chi opera ed opererà nel turismo. Si tratta di scelte che per essere spiegate necessitano la comprensione di differenti elementi, da mettere in relazione tra loro, cosa spesso non fatta: dall'adeguatezza dei percorsi formativi, ai bisogni futuri delle imprese, alle forme e strumenti contrattuali, al rapporto delle nuove generazioni con il lavoro (i luoghi, la stabilità, il reddito, ...).

Quindi, ha proseguito Tamma, il senso è di **conoscere maggiormente aspetti diversi del mercato del lavoro turistico, superando i silos informativi** e mettendo a fattore comune le conoscenze prodotte in ambiti differenti (scuole, imprese, associazioni di categoria, università, osservatori sul lavoro).

Inoltre, **risulta fondamentale il tema della trasversalità e dell'integrazione tra filiere**, quando si discute di professionalità nel turismo sia nelle imprese attuali che in quelle del futuro. Occorre considerare l'importanza della tecnologia, i ruoli giocati dalla cultura, dallo sport, dalle tradizioni, dalla manifattura, dalla mobilità. Di conseguenza, ha concluso il Presidente del Ciset, ci sono persone preparate da un punto di vista imprenditoriale e manageriale per valorizzare questa trasversalità? Tutti questi elementi vanno messi insieme per verificare se convincono i giovani ad investire il loro futuro e le loro energie nel turismo e nelle attività collegate ad esso.

FRAME E PERCORSO DI LAVORO

Manageritalia Veneto e Ciset sono stati stimolati a riflettere sul futuro dei turismi in Veneto, oltre che dall'accelerazione dei mutamenti indotta dalla crisi pandemica, dalla grande opportunità delle Olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026. Non essendo portatori di specifici interessi tranne quelli della diffusione della cultura manageriale e della ricerca per contribuire alla crescita della professionalizzazione del vasto mondo di attività che si connettono al lavoro "nel" e "per" il turismo, hanno costruito un progetto quadriennale che pone al centro un tema sempre più cruciale: il capitale umano ed in particolare i giovani.

Ovviamente un progetto di così ampio respiro non può portare ad alcun risultato senza il coinvolgimento e un'azione congiunta con tutti gli stakeholder privati e pubblici parte di quell'"ecosistema turistico trasversale" in cui si connettono imprese e istituzioni del turismo, della cultura, dei servizi, della manifattura. Nello stesso tempo questo progetto non si sovrappone, né intende minimamente farlo, all'azione delle singole Associazioni ed Istituzioni, che potranno, da un lato, apportare al progetto dati ed informazioni da loro prodotti, dall'altro, disporre di ulteriori approfondimenti per le loro autonome politiche ed attività.

A) LA PROPOSTA DI UN FRAME DI LAVORO E DI UN FOCUS

Obiettivo del progetto è approfondire, in modo articolato e con un percorso quadriennale, un tema divenuto sempre più cruciale: il **capitale umano**.

La proposta per sviluppare il lavoro nel quadriennio è di porre al centro "**i giovani**", ovvero le risorse umane che negli anni a venire (con un'orizzonte, più prossimo, di breve periodo, e più lontano, di

medio-lungo periodo) rappresenteranno il futuro del turismo in Veneto, ma anche nel Paese.

La crescita di generazioni future di risorse umane che vedano nel mondo vasto delle attività connesse al turismo il proprio sviluppo professionale e di vita, prepararle adeguatamente, renderle un fattore che fa la differenza in termini di competitività e innovazione, ma anche di propulsione sociale e di sostenibilità del territorio, sono aspetti fondamentali che si legano in un quadro complesso in cui emergono, una volta di più, gli aspetti di sistema e l'agire di diversi fattori e forze.

Ponendo come focus, baricentro, delle attività di ricerca e di analisi "**le scelte e i percorsi di sviluppo professionale dei giovani nel e per il turismo**", si possono riconoscere alcune **dimensioni (aree di indagine)** in cui raccogliere e organizzare gli elementi che concorrono in modo significativo a determinare il fenomeno e a spiegarlo.

Aree di indagine:

1. I percorsi formativi (intesi in senso ampio, sviluppo competenze e capacità)
2. L'evoluzione delle imprese e dei profili richiesti (competenze e capacità)
3. Mercato del lavoro e demografia
4. I cambiamenti generazionali e il rapporto con la vita professionale
5. Trasversalità e integrazione tra filiere (turismo, cultura, servizi, manifattura)



Vi sono poi una serie di possibili temi che originano dalle **connessioni** fra gli aspetti racchiusi nelle diverse aree di indagine e che possono emergere con più chiarezza durante lo svolgimento del progetto.

Due di questi sono già evidenti e posti come oggetto di interesse:

- a) **l'emersione e lo sviluppo di nuovi "mestieri"**, attività e figure professionali, che operano (opereranno in futuro) nel mondo delle attività nel e per il turismo.
- b) la **"mobilità" delle risorse umane**, sia intesa nel senso di **mobilità tra settori** di attività, sia nel senso di **mobilità spaziale** (luoghi e destinazioni)

Altre connessioni, come si è detto, saranno eventuale oggetto di ricerca via via che il quadro (il puzzle) si andrà arricchendo di conoscenze e approfondimenti.

B) LA RISPOSTA A UNA MOLTEPLICITÀ DI TEMI E DI DOMANDE LEGATE A OPPORTUNITÀ E INCERTEZZE

Il frame che si propone è stato studiato per cercare di fornire una risposta il più possibile articolata e solida ad una molteplicità di temi e domande che si sono fatti negli ultimi anni sempre più pressanti per il futuro del turismo, in Veneto ma non solo, di fronte a incertezze ma anche a opportunità che è necessario individuare e cogliere con maggiore chiarezza.

Fra i temi e domande si possono sinteticamente ricordare:

- **GIOVANI, FORMAZIONE, LAVORO**: perché il turismo non attrae i giovani? Che scelte professionali compiono i diplomati? Che integrazione c'è tra scuole e imprese?
- **AZIENDE, IMPRENDITORI, MANAGER, OCCUPAZIONE**: quali possibilità di occupazione / reddito / percorsi di carriera offrono i

differenti turismi veneti? Quali cambiamenti nei modelli di business? Quali cambiamenti organizzativi? Quali buone pratiche? Quale ruolo delle reti?

- **PROFESSIONI, COMPETENZE E MOBILITÀ NEL TURISMO**: Mobilità economica: con la pandemia molti lavoratori del turismo hanno cambiato settore, sembra – in molti casi – senza un ritorno. I motivi sono gli stessi o sono diversi rispetto alla non attrattività del turismo nei confronti dei giovani?

Mobilità territoriale: che propensione alla mobilità hanno i lavoratori del turismo? Il rapporto tra residenza e luogo di lavoro è locale, regionale, nazionale (estero)? Nuove professioni e competenze: utili, necessarie, ricercate, remunerate? Nuove professioni interne e/o esterne alle imprese?

- **TRASVERSALITÀ E INTEGRAZIONE**: Il e le connessioni/sinergie con gli altri ambiti di attività: cultura, servizi, manifattura. Come potenziare integrazione e trasversalità? Queste due leve rappresentano anche potenzialità di crescita e/o di "fare impresa" per i giovani?

I temi e le domande evidentemente si intrecciano: i fenomeni si influenzano l'un l'altro. Di qui la necessità di indagarli in modo complementare trovando un "punto di ancoraggio". È questo il significato del frame proposto e del programma di lavoro.

C) L'INCONTRO DEL 6 APRILE 2022: LA PRESENTAZIONE DELLA ROAD MAP

La tavola rotonda in programma il 6 aprile a Venezia presso la Scuola Grande di San Giovanni Evangelista si pone l'obiettivo di presentare la proposta di progetto e di road map 2022-2025, al fine di costruire con i rappresentanti di Enti ed Associazioni un percorso condiviso per contribuire a consolidare il turismo, vero settore trainante dell'economia regionale.

3° PARTE – LA TAVOLA ROTONDA CON LE ASSOCIAZIONI E GLI ENTI INTERVENUTI

Manageritalia Veneto e Ciset ringraziano tutti gli intervenuti ed i loro contributi, disponibili in forma completa nel video citato in copertina. Questa parte soltanto contiene solamente alcuni degli spunti emersi, raggruppati per tipologia di Ente coinvolto.

Osservazioni e suggerimenti da parte del mondo dell'ospitalità

Le Associazioni intervenute hanno ritenuto **significativa l'iniziativa e la road map proposta** e ci sono soffermate, in generale, su alcune tematiche riguardanti i giovani, le aziende e gli imprenditori.

La prima, collegata alle difficoltà di ricerca del personale e ad una certa disaffezione dei giovani verso il turismo, riguarda il tema della **manca o insufficiente dignità sociale di chi lavora nel turismo** nell'immaginario collettivo, rispetto a lavorare nella manifattura. Questo nonostante la professionalità richiesta e necessaria in molti lavori turistici. Pertanto, su questo tema, l'intero settore deve prendere coscienza ed affermare quanto rappresenti in termini di PIL ed occupazione.

Bisogna che anche le imprese si interrogino su come essere attrattive, su quanto siano pronte ad innovare e modificare la loro offerta turistica. Qui appare **indispensabile la formazione imprenditoriale**, perché anche le aziende devono porre attenzione a nuovi modelli di business.

Collegati appaiono ulteriori temi emersi, dal lato delle imprese: **aziende con pochi manager**, con uno **sviluppo dei processi interni limitato**, in cui dovrebbero crescere le reti tra imprese, con anche **l'esigenza di qualificare i prodotti**, migliorando l'offerta turistica nelle varie destinazioni. L'integrazione tra i prodotti, per essere più attrattivi verso clienti e collaboratori si accompagna ad una politica di rebranding. Un'altra tematica emersa riguarda la **normativa troppo vecchia** sia in termini di specificità nel turismo che di diritto del lavoro. Ciò riguarda ad esempio la stagionalità e l'esigenza di creazione di nuovi modelli contrattuali.

Però nel turismo non c'è solo una forte stagionalità: occorre anche verificare come l'insieme dei sistemi di lavoro vengono presentati (anche in termini di attrattività). Infatti ci sono lavori nell'indotto, come la manutenzione, che sono stabili tutto l'anno.

Le Olimpiadi, è stato ribadito, rappresentano una grande opportunità, ma è necessario **costruirne ora i presupposti per cogliere i cambiamenti**: l'eredità che lasceranno riguarderà i successivi 10 anni.

Osservazioni e suggerimenti da parte della Direzione Turismo della Regione del Veneto

Mauro Giovanni Viti ha considerato importante il percorso proposto, perché il turismo permea tutti i settori dell'attività economica. Tuttavia, anche in sede di confronto con l'Unione Europea si sono registrate difficoltà a far comprendere che la **competitività del Veneto è legata anche al turismo** e non solo alla manifattura.

Affrontando il tema delle imprese, ha inoltre affermato che si registra un **ritardo in tema di digitalizzazione** nel turismo.

Osservazioni e suggerimenti da parte del mondo dell'istruzione e della formazione

I rappresentanti presenti del mondo della scuola hanno affrontato vari argomenti legati all'istruzione tecnica e professionale, ai giovani e al rapporto con i settori economici del turismo.

Nel riaffermare l'utilità ad essere coinvolti nel progetto proposto da Manageritalia e Ciset, hanno espresso l'esigenza di **valorizzare il rapporto costante con le imprese** e la co-costruzione di progetti legati alle aziende ed ai territori. Anche per conoscere delle tendenze rispetto allo scenario delle imprese.

Anche loro hanno sottolineato il concetto della **dignità del professionista del turismo** (emerso in precedenti interventi di operatori economici). Ad esempio, al posto di camerieri, afferma un dirigente scolastico, si dovrebbe parlare correttamente di addetti alle vendite. Si tratta di un elemento collegato anche alla tipologia dei percorsi scolastici, perché l'istruzione tecnica e professionale viene considerata in modo diverso rispetto all'istruzione liceale.

Emerge però l'esigenza che anche le aziende facciano passi in avanti significativi, valorizzando il capitale umano.

Viene evidenziato sia il **tema retributivo** sia scelte dei diplomati di Istituti Alberghieri di collocarsi in altri settori economici. Questo è collegabile alla tematica più generale (sul quale la road map progettuale intende avviare precise analisi) del **rapporto dei giovani con il lavoro**, con la costruzione della loro socialità, rapporto differente rispetto alle precedenti generazioni, delle loro priorità in termini di vita.

Pertanto, esiste l'**esigenza di una complessiva riflessione culturale**. Anche perché nei media la rappresentazione del lavoro è spesso caratterizzata come luogo di precarietà, di basse retribuzioni e di situazioni di infortuni. Tutto ciò non porta nei giovani ad una bella rappresentazione.

Inoltre, è stato evidenziato come le **modifiche del 2019 all'alternanza scuola-lavoro (con l'introduzione dei PCTO) non siano state positive per l'istruzione tecnica e professionale**.

Poiché infine queste scuole sono vere imprese della formazione, esiste un **problema di governance e di governance manageriale**. Ad esempio, si pone il tema del reclutamento: un insegnante tecnico-pratico non può venir scelto dalle graduatorie.

Osservazioni e suggerimenti da parte del mondo dell'università

I docenti universitari invitati hanno apportato conferme alle linee di intervento previste dalla road map ed alcuni suggerimenti, utili ai promotori del progetto nei futuri rapporti con gli Atenei (che verranno coinvolti in premi per tesi di laurea).

Il **tema della trasversalità e dell'integrazione**, è stato affermato, significa affrontare il settore non più come filiera turistica ma come "experience industries", evidenziando così l'integrazione tra tutti gli attori privati e pubblici e facendo emergere nuove relazioni.

Questo può agevolare anche il rapporto con i mercati del lavoro, aiutando le persone ad immaginare la loro professionalità in diversi segmenti di un sistema turistico allargato. In questo modo si possono destagionalizzare alcuni lavori, favorendo lo spostamento da un settore all'altro (partendo dalle esigenze lavorative delle singole persone).

È pure importante lo **storytelling**, e quindi la narrazione di storie di integrazione e trasversalità, di imprese cresciute anche se in maniera differente, di aziende che si sono strutturate e managerializzate, che hanno lavorato ed ottenuto risultati in politiche di immagine ed employer branding. Inoltre, storie dei lavori nel e per il turismo.

Una importante riflessione ed azioni riguarda nel Veneto il **tema della destagionalizzazione**, con l'esigenza di creare nuovi prodotti turistici. Anche la sostenibilità è una leva per migliorare le performance delle imprese, passando attraverso la soddisfazione del cliente e la competitività. Questo rappresenta uno stimolo anche per le imprese dei servizi e turistiche.

È bene **analizzare l'inserimento nelle imprese di laureati triennali e magistrali**, le opportunità offerte a questi due segmenti e le potenzialità per accrescere la competitività nel settore.

Nei corsi di studio sarebbe utile inserire anche **testimonianze di operatori dal mondo turistico**, in modo da presentarlo non come un settore di nicchia, ma importante per il valore aggiunto del Veneto.

Osservazioni e suggerimenti da parte del mondo museale

È stato suggerito di affrontare, nell'ambito della road map, anche il tema del **sistema di assunzione dei musei pubblici**, che rappresentano spesso i soggetti e gli attrattori che creano cultura nei territori. Rispetto alle professionalità che molti corsi universitari creano nel campo della cultura, i concorsi in Italia non sono in grado di selezionare le professionalità necessarie in quel determinato momento e sito museale, dato che il reclutamento è spesso per "personale amministrativo").

Osservazioni e suggerimenti da parte di Confcommercio

Manifestando la sua adesione quale partner del progetto, importante per considerare il turismo come un ecosistema, Confcommercio Veneto ha affermato che occorre **operare sia verso i giovani** (ed affrontare il binomio turismo e giovani è abbastanza atipico) **sia verso gli imprenditori**, che devono saper evolvere e saper attrarre e valorizzare le competenze.

Osservazioni e suggerimenti da parte di Confindustria

Confindustria Veneto ha sottolineato **l'importanza della trasversalità del settore turistico**, che coinvolge la cultura e la manifattura. Si tratta di giuste affermazioni che però vanno maggiormente concretizzate, anche per aumentare l'attrattività verso i giovani. In questo ambito potrà essere fornito un contributo da parte delle nostre Associazioni.

Osservazioni e suggerimenti da parte di CIDA

Antonio Girardi ha ribadito **l'importanza delle figure manageriali per il settore del turismo**: il suo sviluppo (come quello del manifatturiero) necessita della valorizzazione dei dirigenti. Si pone pure il **tema delle competenze** e del loro rafforzamento, significativo per le persone, necessario per le aziende. Risulta essenziale il contributo del mondo della scuola e dell'università. Emerge un ruolo importante della Regione del Veneto per lo sviluppo delle competenze ed anche dei temporary manager.

4° PARTE – ALCUNI SPUNTI CONCLUSIVI ³

MARIO MANTOVANI

Oggi l'attrattività di un territorio dispone di nuove chance, ha ricordato il Presidente di Manageritalia. Si possono infatti intraprendere **percorsi di crescita in territori ricchi di natura, cultura, storia oltre che con i turisti anche attraverso persone che scelgono di spostarsi per una diversa qualità di vita**. Le trasformazioni del lavoro, in particolare lo smart working, consentono questo investimento. Quindi, i territori che si muoveranno in modo intelligente potranno attrarre residenti capaci di investire in parte il trend demografico.

L'occasione delle infrastrutture sportive per le Olimpiadi potrà esser utile per fornire risposte non solo all'evento in sé, ma per l'utilizzo successivo per attrarre nuovi cittadini. E questo migliora il reddito, le scuole, i servizi: una chance che Milano-Cortina ha la possibilità di sviluppare.

ELENA DONAZZAN

L'Assessore regionale ha considerato assai significativo l'evento odierno, inizio di un ampio percorso progressivo, che ha coinvolto una pluralità di soggetti provenienti da mondi diversi. Ha sottolineato l'importanza di sviluppare un'azione in profondità, con un processo, una serie di attori e di obiettivi ed una precisa misurabilità dei risultati. Una **azione precisa sul turismo ed i giovani, che riguardi l'istruzione e la formazione professionale** e, ad esempio, i temi della comunicazione.

LUCIO FOCESATO

Nel lavorare in squadra ed in un territorio, ha affermato il Presidente di Manageritalia Veneto, occorre tener presente quattro parole: **FIDUCIA, RESPONSABILITÀ, PROFESSIONALITÀ E RISPETTO**. E lavorare insieme, come diceva Henry Ford, significa avere successo⁴.

Manageritalia Veneto, insieme al Ciset, vuole essere impegnata in questa road map con queste quattro ad aiutare i giovani studenti e le imprese a creare valore e lavoro per la ripresa del Turismo Veneto, facendosi trovare pronti per le Olimpiadi Milano-Cortina 2026.

Il **prossimo appuntamento sarà il 6 ottobre sempre a Venezia a Ca' Foscari** con l'approfondimento, insieme a tutti i partner, del primo tema: GIOVANI FORMAZIONE LAVORO e la presentazione e discussione di alcuni studi ed analisi.

³ Per gli interventi conclusivi complessivi occorre far riferimento al link del video riportato a pagina 3

⁴ Si veda la frase completa di Ford nell'ultima pagina del presente report.

RASSEGNA STAMPA **(video, media online e cartacei)**

1. Il video integrale dell'evento è disponibile al seguente link
https://bit.ly/TURISMO_GiovanImpreseLavoro
2. L'agenzia ADNKRONOS ha pubblicato uno speciale sull'evento in cui sono inseriti vari video ed interviste:
https://www.adnkronos.com/speciali/veneto_turismo_giovani_lavoro/
3. Il sole 24ore Video ha pubblicato alcuni servizi, tra cui questo video:
<https://stream24.ilsole24ore.com/video/economia/il-veneto-punta-formazione-capitale-umano-rilanciare-l-intero-settore-turistico/AEG75rPB>
4. La RAI TGR Veneto ha trasmesso un video dal titolo "A Venezia gli stati generali del turismo":
<https://www.rainews.it/tgr/veneto/video/2022/04/ven-A-Venezia-gli-stati-general-del-turismo-piano-Olimpiadi-2026-Milano-Cortina-cb79ec2a-2585-45ca-afe8-627a77eda97a.html>
5. Articolo web da Guida Viaggi: IL PIANO QUADRIENNALE PER MILANO-CORTINA PUNTA SU GIOVANI E MANAGER
<https://www.guidaviaggi.it/2022/04/07/milano-cortina-2026-manageritalia-veneto-ciset-piano-quadriennale/>
6. Articoli dal Corriere del Veneto, da Il Gazzettino, dal Mattino di Padova (vedi pagine seguenti)

CORRIERE DELLA SERA

CORRIERE DEL VENETO / CRONACA



TURISMO



Veneto, camerieri, chef e facchini: in tre anni uno su cinque ha cambiato lavoro

La caccia agli stagionali era già una mezza emorragia nel 2019. Il comparto ha perso 26mila addetti: «La pandemia ha soltanto amplificato fenomeni già in atto»

di Martina Zambon

Il turismo non ha perso solo i turisti ma anche il suo capitale umano. E non è solo colpa del combinato disposto pandemia e conflitto ucraino. La caccia allo stagionale, per sintetizzare brutalmente, era già una mezza emergenza nel 2019. Due anni e molte incognite dopo il problema è esploso. Della settimana scorsa un ampio convegno di Manager Italia in collaborazione con Ciset e corredato da un robusto pacchetto di dati sul binomio turismo-occupazione elaborato dalla Cgia. Il progetto dedicato alla prospettiva laterale (ma neppure troppo) delle ricadute turistico-occupazionali dei Giochi olimpici invernali Milano-Cortina del 2026 ben rappresenta la questione. Tanto che ci sarebbe un certo pressing del mondo alberghiero cortinese per spuntare un villaggio olimpico permanente da prendere in gestione per fornire al personale del comparto turistico un ambiente accogliente in cui vivere durante la stagione.

I dati impietosi



Insomma, la consapevolezza che un problema esiste ormai c'è. Non fosse altro che per i dati impietosi presentati nei giorni scorsi e la loro amara realtà: non mancano più soltanto gli stagionali, camerieri, cuochi, addetti alle pulizie al piano e facchini. L'emorragia occupazionale del turismo sta dissanguando l'intero sistema. Tanto che il record negativo di assunzioni fra 2019 e 2021 va alle professioni qualificate dei servizi (-20,8%). In numeri assoluti si è passati in due anni da 99.645 a 78.930 persone che,

in buona sostanza, hanno già cambiato mestiere. **Il comparto, nel in due anni, ha perso 26 mila addetti.** Marco Michielli, Confturismo, si concede un piccolo amarcord che, però, fotografa bene la situazione: «**Quand'ero ragazzino io, a fare la stagione venivano i figli degli industriali e dei notai. Era normale.**». Oggi, invece, è tutta un'altra musica e con una ripartenza del settore ormai non più rinviabile, dato il massacro degli ultimi due anni, la spada di Damocle del personale introvabile pesa molto. «Gli ultimi quindici anni hanno visto, anno dopo anno, una fatica crescente a trovare personale -continua -. **Gli italiani si sono disamorati completamente di questo mestiere.** Però, in questo momento, il 10% dei giovani del Veneto sono disoccupati. E oltre al turismo, anche l'industria è a caccia di migliaia di figure professionali. Credo si tratti di un dato sociologico. Penso al Reddito di cittadinanza. Onestamente avevo sottovalutato l'impatto di questa misura conoscendo l'orgoglio storico dei veneti. **Il risultato è che siamo ad aprile, si stanno facendo le assunzioni per la stagione ma non si trova personale.** Sul fronte degli stagionali è una tragedia ma anche se parliamo di posti annuali con profilo medio alto si fa fatica, ad esempio, su Abano e Venezia. Dobbiamo dirlo, c'è un rifiuto per questo tipo di lavoro. Abbiamo cuochi che guadagnavano anche 3-4 mila euro e hanno preferito andare in fabbrica a 1.600 euro al mese col week end libero».

Il corto circuito

A giudicare dalla platea di inoccupati e dalla richiesta di personale fra alberghi e ristoranti in tutta la regione, da Belluno alle Terme passando per la costa e le città d'arte, un corto circuito c'è. **Tiziano Barone, Veneto Lavoro,** spiega che qualcosa si muove: «Noi siamo da sempre disponibili a mettere in contatto domanda e offerta e a collaborare a percorsi di formazione con le associazioni di categoria. **Di recente, per la prima volta, Confesercenti Veneto ha fatto con noi un "Incontra lavoro" a Jesolo proprio sul turismo.**». Qualche caso positivo di formazione c'è, come il quasi trentennale Master in Economia e gestione del turismo Ciset-Ca' Foscari in cui il placement dei neo diplomati arriva all'80%. Ma, appunto, sono casi, non sistemi strutturali.

Bad jobs e good jobs

Allineato il presidente di Federalberghi, Massimiliano Schiavon, che alza persino un po' di più l'asticella: «La pandemia ha soltanto amplificato fenomeni già in atto. Come Federalberghi, insieme a Manager Italia e anche con i sindacati metteremo a breve sul tavolo delle proposte. **Il dibattito in atto su bad jobs e good jobs vale anche per il turismo che sconta l'etichetta di bad job soprattutto per le nuove generazioni.** Dobbiamo portare al tavolo il governo, grande assente, con l'obiettivo di far arrivare più soldi nelle tasche del nostro personale. Il costo del lavoro, insomma, va rivisto. Oggi lavorare nel turismo è solo una breve parentesi per comprarsi, poniamo, un'auto. **Ma se un nostro collaboratore va in banca deve poter ottenere un mutuo,** deve poter contare su un lavoro circolare che unisca più mesi l'anno e garantisca un futuro per chi vuole crearsi una famiglia». Come si fa tutto questo? Schiavon parla di revisione del business nelle aziende del turismo: «Ciò che manca è il coinvolgimento dei nostri collaboratori negli obiettivi aziendali. **Dobbiamo mettere al centro delle nostre strategie non più solo il cliente ma anche il capitale umano.** Siamo consapevoli che sui 33 mila alberghi italiani, l'80% si basa su un modello di lavoro di impresa familiare che va riformato. L'avanguardia c'è già. Ci sono imprenditori un po' più strutturati che, nel riprogettato i propri alberghi hanno progettato anche alloggi confortevoli per i propri collaboratori. Questa è la strada».

Tiratura: 20.305

Diffusione: 14.190

di Padova
il mattino

Quotidiano
MANAGERITALIA

Data **07-04-2022**
Pagina **11**
Foglio **1**

Presentato ieri il programma quadriennale
È stato progettato da Manageritalia e Ciset

Giovani e lavoro Il nuovo piano per il rilancio in vista dei Giochi

IL DOSSIER

Giovani, imprese, lavoro: il Veneto verso Milano Cortina 2026. Un concetto semplice: il coinvolgimento dei ragazzi nel mondo del lavoro, in vista delle Olimpiadi in programma tra quattro anni.

È questo l'orizzonte temporale per l'attuazione del piano – presentato ieri a Venezia, da Manageritalia Veneto e Ciset, insieme agli stakeholder privati e istituzionali del turismo a livello regionale –, che punta a contribuire al rilancio del turismo nel post pandemia, in vista dei Giochi di Milano e Cortina. Il tutto, a partire dai giovani: il vero capitale umano.

Del resto, il Veneto è la prima regione italiana per pre-



Michele Tamma

senze turistiche: 71 milioni nel 2019, il 16.3% del totale. E il settore alloggio e ristorazione vale, da solo, 6.5 miliardi di euro.

Numeri importanti, a cui fa da contrappunto però la flessione delle assunzioni di lavoro dipendente nei servizi turistici (-31 mila nel 2021 rispetto al pre Covid).

Per questo è necessario rilanciare il settore, che può essere traino vero per l'intera economia del territorio.

«Puntiamo sul turismo e sui giovani, perché sono parte determinante del futuro della nostra regione e del Paese» spiega Lucio Fochesato, presidente di Manageritalia Veneto. Mentre Michele Tamma, presidente di Ciset e docente di Economia a Ca' Foscari: «Con questo progetto, vogliamo rafforzare le connessioni tra imprese, istituzioni del turismo, della cultura, dei servizi e della manifattura».

Per questo, il programma porrà al centro l'analisi dei percorsi formativi dei giovani, l'evoluzione delle imprese e dei profili richiesti, il mercato del lavoro e la demografia, i cambiamenti generazionali e il rapporto con la vita professionale, la trasversalità e l'integrazione tra le filiere del turismo, della cultura, dei servizi e della manifattura. «Far crescere generazioni future, che vedano nel mondo delle attività connesse al turismo il proprio sviluppo professionale e di vita, per prepararle adeguatamente, renderle fattore che fa la differenza, di propulsione sociale e sostenibile» l'obiettivo che si legge nel piano.

Con l'idea di riuscire a formare i giovani, rendendoli figure in grado di adattarsi alle nuove necessità di un mondo del lavoro che cambia. —



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Il Gazzettino, 9 aprile 2022

L'andamento

Nel 2021 arrivi in calo, ma gli italiani sono aumentati

(F. Cam.) Il settore turistico polesano, che si concentra pressoché unicamente sul fronte balneare, è quello che a livello regionale ha "tenuto" di più, pur essendo stato comunque profondamente segnato dagli effetti della pandemia. Considerando il periodo gennaio-agosto 2021, a livello regionale gli arrivi hanno subito una flessione del -47,1% rispetto al 2019, l'anno ante Covid, da 14.736.116 a 7.796.901, mentre le presenze del -34,4%, da 54.673.057 a 35.883.018. A Rovigo, invece, il calo è stato rispettivamente del -27,9%, da 253.177 a 182.538, e del -15%, da 1.352.854 a 1.140.776. Considerando il dato dei soli flussi di turisti italiani, il Polesine, addirittura ha visto le presenze, che sono sostanzialmente le notti, crescere dell'11,8% rispetto al 2019, mentre il dato medio regionale è di una flessione del

-6,5% anche per il turismo interno. Mercoledì a Venezia si è tenuto il convegno Manager & Turismo "Giovani, Imprese, Lavoro: il Veneto verso Milano Cortina 2026" organizzato da Manageritalia Veneto. Un'iniziativa che, spiegano gli organizzatori «ha messo intorno a un tavolo i principali player privati e istituzionali per un piano quadriennale di rilancio del turismo nel post-pandemia con l'obiettivo di giungere preparati al grande evento delle Olimpiadi». L'assessore regionale Elena Donazzan ha sottolineato come «l'occasione delle Olimpiadi di Milano-Cortina 2026 deve essere un punto di investimento per il futuro: il turismo non è un comparto stagno è parte essenziale dell'impresa, così come il territorio con i suoi enti

locali». Nel corso del convegno, sono stati analizzati i dati di una ricerca della Cgia di Mestre su "Turismo: giovani, imprese e lavoro" nella regione principe del turismo italiano, che dopo il contraccolpo del 2020 si è saputa rimettere in moto. Nel 2019, le presenze turistiche sono state 71 milioni, il 16,3% del totale Italia. Presenze più che dimezzate in Veneto come in Italia nel 2021, seppure in regione ci sia stato il crollo di quelle straniere: -74%. A fine 2021 le imprese attive in Veneto sono 37mila, 7,4% del totale nazionale, con 189mila addetti, il 9,4% del totale nazionale, e sono sostanzialmente stabili rispetto al pre-Covid. L'occupazione invece evidenzia una flessione netta: -12,3% pari a ben a 26mila occupati in meno.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Diffusione: 4.019

CORRIERE DEL VENETO
 VENEZIA E MESTRE

Quotidiano
MANAGERITALIA

Data 07-04-2022
 Pagina 2
 Foglio 1

Turismo

di **Giacomo Costa**

«Risorsa rifugiati, formiamo i giovani»

Venezia maglia nera per perdita di addetti. L'appello: sinergia con le scuole

VENEZIA Ventimila addetti in meno in due anni. Tanti, troppi che danno a Venezia la maglia nera in Veneto. E se l'Unità di crisi valuta di impiegare i rifugiati ucraini come stagionali negli alberghi per far fronte alla carenza di personale, gli addetti ai lavori rilanciano con la formazione dei giovani. L'occasione la offrono le Olimpiadi di Milano e Cortina del 2026, ma si tratta solo di una scusa per cominciare a riflettere seriamente sul sistema formativo e occupazionale del comparto turistico veneto. Ieri pomeriggio, istituzioni, esperti e categorie grazie a Manageritalia e Ciset si sono confrontati su «Manager & turismo», un piano

quadriennale per contribuire al rilancio del settore nel post-pandemia. «Puntiamo sul turismo e sui giovani perché sono parte determinante del futuro — ha ricordato Lucio Fochesato, presidente di Manageritalia Veneto — Dobbiamo lavorare in sinergia con le scuole per offrire una formazione moderna e creare le figure di cui c'è bisogno oggi». La discussione ha preso il via dalla ricerca commissionata alla Cgia di Mestre per fare il punto, numeri alla mano, sulla situazione veneta: con 71 milioni di presenze nel 2019, la regione rappresentava il 16 per cento del totale italiano; solo alloggio e ristorazione valevano 6,5 miliardi. A fine 2021, le imprese attive erano

37 mila, con 189 mila addetti, ma con una flessione netta per l'occupazione: -12,3 per cento, 26 mila occupati in meno rispetto al periodo pre-Covid. Divisi per provincia, questi numeri rispecchiano i ruoli leader delle due province Venezia e Verona, che assieme rappresentano circa i due terzi del totale, ma in laguna si registra una distanza brusca rispetto al 2019 con quasi 20 mila assunzioni in meno (-27 per cento). Il problema della mancanza di personale — e prima di studenti — ha radici profonde, come ha spiegato il direttore di Ava Claudio Scarpa: «Il personale alberghiero è qualificatissimo, gestisce clienti importanti, quindi deve esserlo. Eppure non gli vie-

ne riconosciuta la giusta dignità». Dal fronte scolastico, però, la lettura è più complessa: «A noi arrivano gli studenti peggiori delle scuole medie, chi è bravo va al liceo — hanno detto i presidi degli istituti alberghieri di Venezia e Treviso Rachele Scandella ed Edi Brisotto — Poi, anche dopo una formazione eccellente, scelgono la grande distribuzione: vengono pagati di più e hanno orari migliori. Come può un ragazzo che ha lavorato al fianco di Marchesi accettare 1100 euro al mese, magari partendo tutte le mattine da Scorzé per andare a Venezia, per lavorare da mattina a notte, weekend compresi?».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



La bandiera
 I colori
 dell'Ucraina a
 Ca' Farsetti

Proposte

Ava: dare la giusta dignità al personale alberghiero. I presidi: paghe troppo basse per i ragazzi



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Manageritalia

TODAY.IT (WEB)



Data 07-04-2022
Pagina
Foglio 1 / 2

Giovedì, 7 Aprile 2022

☰ ☰ ☰ ☰ Accedi

LAVORO

Manageritalia Veneto e Ciset, piano quadriennale Milano-Cortina per rilancio turismo

Punta su giovani e manager



Redazione
07 aprile 2022 05:42



Manageritalia Veneto e Ciset, piano quadriennale Milano-Cortina per rilancio turismo

Cortina 2026.

'Manager & Turismo' valorizza la diffusione della cultura manageriale e della ricerca per contribuire alla crescita e alla professionalizzazione del vasto mondo di attività connesse al lavoro, nel e per il turismo. Il capitale umano e in particolare i giovani sono al centro delle azioni programmate, perché dalla loro preparazione e coinvolgimento dipende il futuro del turismo in Veneto e nel resto del paese. Per questo l'attività di ricerca e di analisi verte anche sulle scelte e i percorsi di sviluppo professionale dei giovani per migliorare e modernizzazione

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Manageritalia

TODAY.IT (WEB)



Data 07-04-2022

Pagina

Foglio 2 / 2

l'attuale sistema ricettivo.

Lucio Fochesato, presidente Manageritalia Veneto, aprendo l'incontro ha affermato: "Questo è il nostro contributo al territorio caratterizzato dalla capacità di sviluppare relazioni, fare squadra e far accadere le cose, come abitudine dei manager e della nostra organizzazione. Non a caso lo facciamo in stretta relazione con tutti gli attori pubblici e privati. Puntiamo sul turismo e sui giovani perché sono parte determinante del futuro della nostra regione e del Paese. Manageritalia Veneto da anni lavora, anche con un protocollo d'intesa con la Regione, per la diffusione della cultura manageriale verso i giovani, le imprese e il territorio. Solo così possiamo aiutare davvero le tante imprese e lavoratori colpiti duramente dalla pandemia a ripartire e sfruttare al meglio Milano Cortina 2026".

Michele Tamma, presidente Ciset e docente di Economia d'impresa all'Università Ca' Foscari Venezia, presentando la road map ha aggiunto: "Un progetto di ricerca di questo respiro punta a promuovere il rafforzamento delle connessioni nell'ecosistema trasversale fatto di imprese e istituzioni del turismo, della cultura, dei servizi e della manifattura. Chiede a tutti questi attori la disponibilità e l'impegno a partecipare per apportare e condividere dati e informazioni in modo da poter creare una base approfondita di conoscenze utile per il loro operare. Al centro c'è il capitale umano, ci sono i giovani e le competenze necessarie al vasto mondo dei turismi in termini di bisogni di formazione e percorsi di sviluppo professionale determinanti per fare la differenza in termini di competitività e innovazione, ma anche di propulsione sociale e sostenibilità".

Svelata anche la road map 2022-2025 del percorso, condiviso con istituzioni, enti e associazioni del territorio, per accompagnare, in forte sinergia, organizzazioni, azioni e iniziative, e far crescere il turismo, vero settore trainante dell'economia regionale, in un'ottica di differenziazione, competitività e innovazione.

Al centro delle attività di ricerca e collaborazione continuativa quattro temi determinanti quali Giovani, formazione e lavoro; Aziende, Imprenditori, manager, occupazione; Professioni, competenze e mobilità nel turismo; Trasversalità e integrazione. Aspetti che saranno presentati e condivisi in occasione di appositi eventi pubblici a partire dal prossimo ottobre.

Nel corso dell'incontro è stata presentata una ricerca della Cgia di Mestre per Manageritalia e Ciset su 'Turismo: giovani, imprese e lavoro'. Nel turismo il Veneto primeggia in Italia (71 milioni di presenze nel 2019, il 16,3% del totale). Il solo settore Alloggio e ristorazione vale 6,5 miliardi (3° posto in Italia), ed è pari al 10,2% del valore aggiunto a livello nazionale dello stesso settore, addirittura superiore al peso dell'intera economia veneta (9,2%) sul valore aggiunto nazionale.

A fine 2021, le imprese attive sono 37mila (7,4% del totale nazionale), con 189mila addetti (il 9,4% del totale nazionale), e sono sostanzialmente stabili rispetto al pre-Covid. L'occupazione invece evidenzia una flessione netta: -12,3% che equivale a 26mila occupati in meno rispetto al periodo pre-Covid. Le assunzioni di lavoro dipendente nei Servizi turistici nel 2021 sono ancora lontane rispetto ai livelli pre-Covid (31 mila in meno rispetto al 2019, un gap del 20,6%), ma hanno rappresentato comunque il 15,3% del totale assunzioni in Veneto e prima della pandemia erano il primo settore per assunzioni. Le assunzioni nel 2021 nei Servizi turistici denotano una rilevantissima incidenza di professioni qualificate dei servizi (2 assunzioni su 3), una quota più di 3 volte superiore rispetto al totale settori economici (20,3%) e dei soli servizi (27,3%), a conferma della peculiarità della concentrazione delle professioni qualificate dei servizi nel turismo.

I dati delle assunzioni per territorio rispecchiano i ruoli leader delle due province Venezia e Verona, che assieme rappresentano circa i 2/3 del totale. Per Venezia si nota nel 2021 una distanza molto netta rispetto al 2019 con quasi 20mila assunzioni in meno (-27%). Il territorio Bellunese evidenzia un quasi ritorno ai livelli pre-Covid con assunzioni sopra quota 10mila (-2,1% su 2019). A livello di popolazione, in Veneto, rispetto al 2014, si contano quasi 36 mila abitanti in meno (-0,7%), un dato che segue il trend nazionale e che deve fare riflettere in quanto nasconde probabilmente anche un calo di attrattività nei confronti di altri territori.

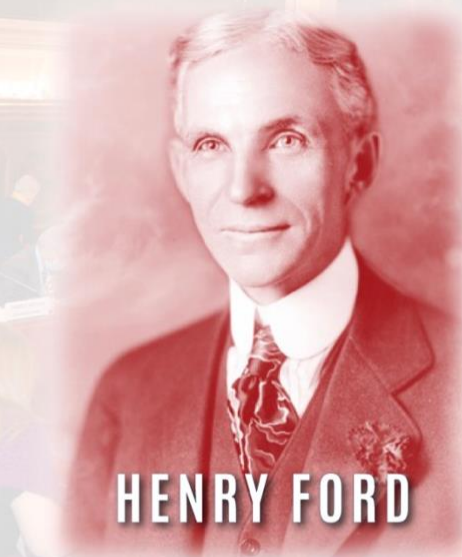
Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Manageritalia

**Riunirsi insieme
significa iniziare.**

**Rimanere insieme
significa progredire.**

**Lavorare insieme
significa avere successo.**



HENRY FORD