



# **TURISMO:** GIOVANI FORMAZIONE LAVORO

1° evento del Progetto quadriennale

**“TURISMO: GIOVANI - IMPRESE - LAVORO, IL VENETO VERSO MILANO-CORTINA 2026”**

*giovedì 6 ottobre 2022 - Venezia, Ca' Sagredo Hotel, Campo Santa Sofia 4198 - Ca' D'Oro*

## **LIBRO BIANCO**

**Dall'evento 2022 alle proposte di miglioramento  
su “Giovani & Turismo”**

## INDICE

➤	Presentazione	pag. 3
➤	Programma dell'evento	pag. 4
➤	Link utili	pag. 5
➤	1° parte: SALUTI ISTITUZIONALI	pag. 6
➤	2° parte: PRESENTAZIONE DELLE RICERCHE ED ANALISI	pag. 8
➤	3° parte: GIOVANI E SCELTE PROFESSIONALI NELLA FILIERA TURISTICA: ESIGENZE E RUOLO DEI VARI ATTORI	pag. 21
➤	4° parte: INTERVENTI CONCLUSIVI	pag. 24
➤	5° parte: RIFLESSIONI DI MANAGERITALIA VENETO E Ciset	pag. 25
	<i>Allegato: PREMIO PER TESI DI LAUREA SU “TURISMO: GIOVANI, IMPRESE, LAVORO”</i>	pag. 31

## PRESENTAZIONE

*Manageritalia Veneto e Ciset<sup>1</sup>, stimolati a riflettere sul futuro dei turismi dai mutamenti indotti dalla pandemia e dalla opportunità delle Olimpiadi invernali del 2026, hanno avviato un Progetto quadriennale che pone al centro il tema del capitale umano, in particolare i giovani. E quindi le scelte ed i percorsi di sviluppo professionale dei giovani nel e per il turismo.*

*Il Progetto è stato lanciato nell'aprile 2022 coinvolgendo tutti gli stakeholder privati e pubblici, parte dell'“ecosistema turistico trasversale” in cui si connettono Imprese, Associazioni e Istituzioni del turismo, della cultura, dei servizi, della manifattura.*

*Le aree di indagine previste nei quattro anni sono: i percorsi formativi (intesi in senso ampio, sviluppo di competenze e capacità); l'evoluzione delle imprese e dei profili richiesti (competenze e capacità); il mercato del lavoro e la demografia; i cambiamenti generazionali e il rapporto con la vita professionale; la trasversalità e l'integrazione tra filiere (turismo, cultura, servizi, manifattura).*

*Da qui nascono i quattro appuntamenti annuali, a cominciare dall'evento dell'ottobre 2022 su “GIOVANI, FORMAZIONE, LAVORO”.*

*Nel 2023 il focus sarà sulle aziende, i modelli di business e l'occupazione.*

*Inoltre, proseguirà l'aggiornamento dei dati dal mondo della scuola e della formazione.*

*Nel 2023 si terrà anche la prima edizione del Premio per tesi di laurea triennali e magistrali: un'altra iniziativa significativa di coinvolgimento dei giovani, con l'obiettivo di analizzare e studiare casi e storie di imprese nel turismo e nelle attività connesse al turismo (l'iniziativa del Premio per tesi di laurea è presentata alla fine del documento).*

*Il Progetto ha come partner Confcommercio Veneto, Confindustria Veneto e Federalberghi Veneto e si avvale del patrocinio della Regione del Veneto e dell'Ufficio Scolastico Regionale per il Veneto.*

*Questo report presenta in maniera sintetica i contenuti emersi negli interventi introduttivi, nell'illustrazione delle ricerche e nella tavola rotonda del primo evento tematico, focalizzato su giovani, formazione e lavoro nel turismo, tenutosi il 6 ottobre 2022 a Venezia.*

*Nella pagina seguente sono inseriti i link al video integrale del convegno, al filmato con testimonianze di giovani studenti, a tutte le slide delle analisi realizzate, al regolamento del Premio per tesi di laurea ed anche al report del convegno che nell'aprile 2022 ha presentato la “road map” del Progetto.*

*Il documento contiene anche alcune riflessioni finali su scuola e lavoro che Ciset e Manageritalia Veneto presentano alla Regione del Veneto, agli stakeholder del mondo dell'istruzione e formazione e del mondo delle imprese.*

*L'abbiamo chiamato “Libro bianco” proprio perché parte dalle ricerche realizzate e dalle opinioni espresse, individua alcune precise proposte di miglioramento e vuole estendere una discussione partecipativa tra gli attori coinvolti. Per portare a dei cambiamenti rispetto alle evidenze emerse nel Progetto.*

<sup>1</sup> MANAGERITALIA Veneto è l'Associazione veneta dei dirigenti, quadri ed executive professional del commercio, trasporti, turismo, servizi, terziario avanzato. Associa oltre 2.000 manager, ai quali fornisce servizi di formazione, consulenze professionali, sistemi assicurativi e di previdenza integrativa, assistenza sanitaria. Insieme ad altre 13 Associazioni fa parte di MANAGERITALIA, la Federazione nazionale che rappresenta oltre 38.000 manager ([www.manageritalia.it](http://www.manageritalia.it)).

Il Ciset, Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica è un'associazione privata riconosciuta senza fini di lucro che ha come soci l'Università Ca' Foscari Venezia e la Regione del Veneto. Dal 1991, anno in cui è stato fondato, combina in maniera sinergica le attività di ricerca, consulenza e formazione universitaria e manageriale per fornire all'industria turistica, alle amministrazioni locali e ai futuri operatori gli strumenti per affrontare in maniera innovativa e performante il mercato ([www.unive.it/ciset](http://www.unive.it/ciset)).







## LINK UTILI

- **VIDEO INTEGRALE DELL'EVENTO:**  
[https://bit.ly/TURISMO\\_GiovaniFormazioneLavoro](https://bit.ly/TURISMO_GiovaniFormazioneLavoro)
- **VIDEO DELLE TESTIMONIANZE DI STUDENTI DI CORSI DI INDIRIZZO TURISTICO:**  
[https://bit.ly/TURISMO\\_GiovaniFormazioneLavoro\\_OpinioneGiovani](https://bit.ly/TURISMO_GiovaniFormazioneLavoro_OpinioneGiovani)
- **REGOLAMENTO DEL PREMIO PER TESI DI LAUREA SU: “TURISMO: GIOVANI, IMPRESE, LAVORO” E ALLA DOMANDA DI PARTECIPAZIONE:**  
<https://bit.ly/premitesi-laurea-turismo-giovani-imprese-lavoro>
- **SLIDE DELLE RELAZIONI PRESENTATE:**  
<https://www.manageritalia.it/it/focus/veneto-turismo-giovani-imprese-lavoro/ricerche-e-studi>
- **REPORT DEL CONVEGNO DEL 6 APRILE 2022 DI PRESENTAZIONE DELLA “ROAD MAP”:**  
<https://www.manageritalia.it/it/focus/veneto-turismo-giovani-imprese-lavoro/ricerche-e-studi>

## 1° parte: SALUTI ISTITUZIONALI

### LUCIO FOCESATO

Il Presidente di Manageritalia Veneto, dopo i saluti ai partecipanti in presenza e on line al 1° evento del Progetto quadriennale “TURISMO: GIOVANI, IMPRESE, LAVORO”, ha sottolineato che l’impegno verso il turismo deriva dalla grande rilevanza del settore nel Veneto e dalle opportunità delle Olimpiadi invernali Milano-Cortina del 2026.

Uno dei problemi di questo periodo è stato la ricerca delle risorse umane, che scarseggiano in tutti i settori produttivi e specialmente nel turismo. Occorre costruire insieme una visione di futuro dei Turismi Veneti.

Le aziende devono pensare a nuovi modelli di business, a percorsi di carriera per i giovani, a maggiori sinergie con gli Istituti Scolastici e le Università per avere a medio termine la disponibilità di professioni aggiornate. Insieme con tutti gli attori del turismo, in un’ottica di sistema, ha ribadito Fochesato, dobbiamo agire sui giovani studenti per trasferire nella formazione la cultura manageriale, che contribuirà a dare al settore una nuova identità, rendendolo più attrattivo.

Insieme dobbiamo fare in modo che il turismo sia attrattivo per i lavoratori, dando loro dignità con un progetto che valorizzi maggiormente competenze e professionalità, in una ottica di innovazione anche contrattuale.

Insieme dobbiamo anche aiutare le aziende ad innovare, utilizzando maggiormente profili manageriali, per adeguarsi ai cambiamenti e soprattutto essere pronte per le Olimpiadi 2026.

Tra le tante iniziative previste nel Progetto, oggi viene presentato il Premio per tesi di laurea triennali e magistrali centrate su studi e casi di imprese nel turismo e settori collegati. Ci saranno tre edizioni: ogni anno si premieranno 4 tesi di laurea e per la 1° edizione la scadenza per l’invio delle tesi sarà il 31 agosto 2023.

Quest’anno il Progetto si è concentrato sui GIOVANI STUDENTI, LA LORO FORMAZIONE, IL LORO LAVORO. Proprio per questo è opportuno ricordare il giovane studente Giuliano De Seta di 18 anni, che ha perso la vita durante lo stage in un’azienda di Noventa di Piave.

Una tragedia, purtroppo non la prima, che si affianca ai tanti, troppi morti sul lavoro.

Senza entrare nel caso specifico, noi manager sappiamo che i tirocini sono un’importante occasione formativa e di crescita personale. Pertanto, devono:

- essere preparati e gestiti secondo le norme sia delle scuole che delle aziende,
- apportare ai giovani nuove competenze attraverso un preciso progetto formativo,
- essere svolti in sicurezza,
- prevedere anche una borsa di studio equa per i ragazzi.

Noi tutti di Manageritalia, ha concluso Fochesato, puntiamo sui giovani, che potranno essere i manager del domani! Questo è anche il vero obiettivo e significato del Progetto sul turismo.

### SIMONE VENTURINI

L’Assessore al Turismo e Sviluppo economico del Comune di Venezia ha ricordato che quella odierna è una tappa intermedia di un importante percorso, in cui è positivo il coinvolgimento delle scuole e dei giovani, per conoscerne aspettative, criticità e sogni. Il tema della formazione è centrale: nella ripresa post pandemia forse la vera emergenza riguarda il capitale umano e l’assenza di figure qualificate.

C’è bisogno di una narrazione positiva che riesca ad entusiasmare i giovani e far comprendere loro che, pur partendo dal basso e se si è bravi, poi si riesce a raggiungere i propri sogni, piccoli o grandi che siano.



Occorre, ha proseguito l'Assessore, dare dignità e riporre al centro le Scuole che formano le professioni turistiche. Ed è anche necessario un affiancamento dei manager nelle imprese a proprietà familiare, nelle transizioni e nella crescita.

### **VANNI CHIOZZI**

Dopo la proiezione del video che ha accompagnato la candidatura olimpica, il dottor Chiozzi, Area Manager Nord Est della Fondazione Milano Cortina 2026, ha affermato che la forza del progetto è la sostenibilità sul piano economico, ambientale e sociale. Dalle Olimpiadi invernali si attendono 2 milioni di visitatori, con grande impatto sul turismo. Negli anni successivi ci saranno nuove presenze e turismo qualificato. Anche per questo investire nella formazione e nei giovani rappresenta una priorità.

### **FEDERICO CANER**

L'Assessore regionale al Turismo ha evidenziato l'importanza di riflettere sul futuro dei turismi, mettendo al centro i giovani ed affrontando le importanti tematiche inserite nella “road map” presentata in aprile da Manageritalia e Ciset, nell'ambito delle opportunità derivanti dalle Olimpiadi e dalla ripartenza dopo la pandemia.

Sono considerazioni di strategia portate avanti anche dalla Direzione Turismo. Tuttavia, va pure ricordato che in Europa non c'è una percezione chiara della grande rilevanza del turismo per il Veneto, come emerso nei confronti avuti con la Commissione Europea.

Il settore non ha recuperato gli addetti pre-Covid e – nell'immaginario collettivo – è un settore poco attrattivo: viene data insufficiente dignità sociale a chi vi lavora.

Le aziende, ha proseguito Caner, hanno la necessità di rigenerarsi. Va stimolata una mentalità imprenditoriale per rendere attrattivo il turismo. I giovani devono avere la possibilità di crescere professionalmente ed occorre fornire loro questo concetto di crescita.

Il Piano strategico del turismo veneto affronta alcune tematiche collegate ai temi in discussione, come l'approccio sul capitale umano. In proposito l'Assessore ha posto due riflessioni.

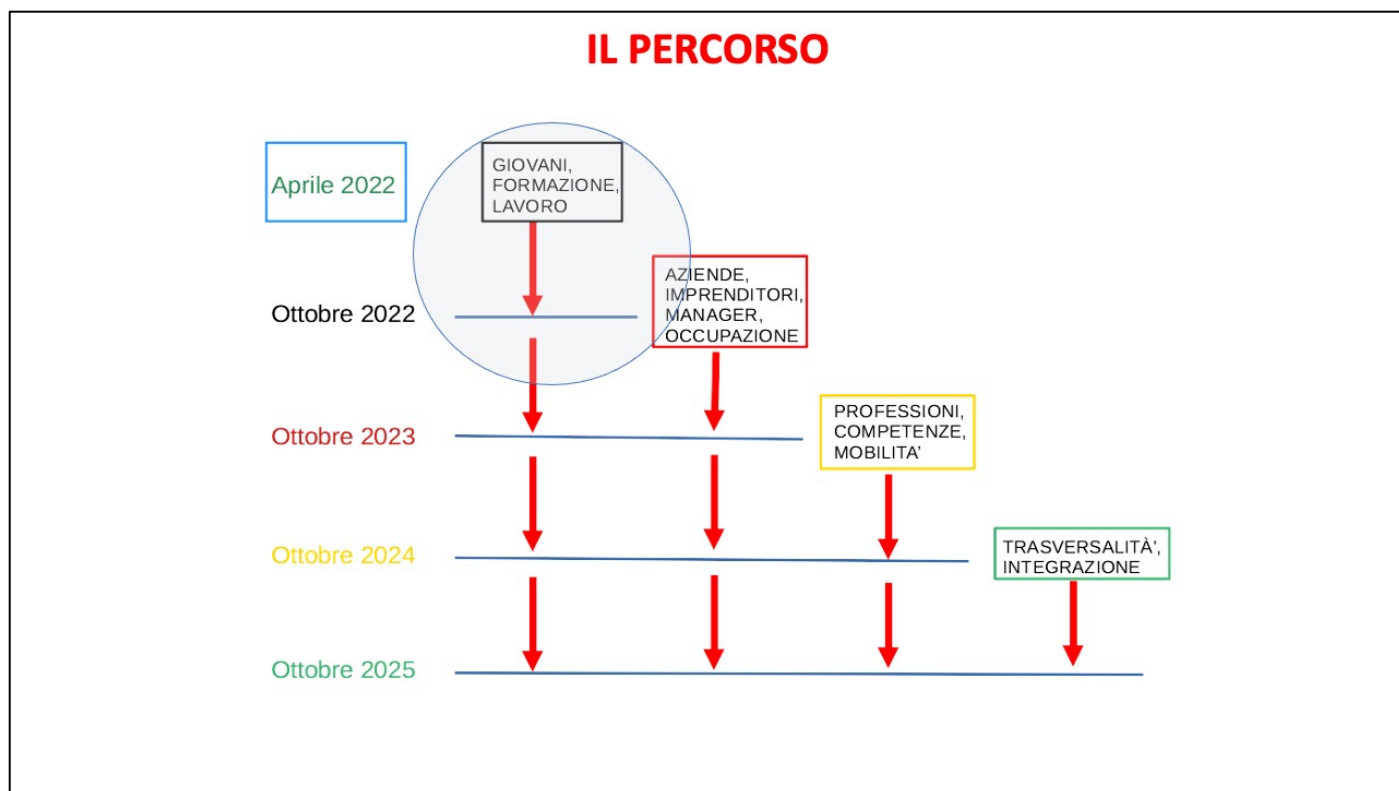
Innanzitutto, ha ricordato che il remote working ha cambiato il mondo del lavoro ed anche quello del turismo, perché si può lavorare anche da un posto di villeggiatura. Lo svilupparsi di forme ibride che coniugano lavoro e svago pone scenari nuovi.

Inoltre, nel turismo il tema delle relazioni è fondamentale. È la relazione tra le persone a fare la qualità. Quindi bisogna parlare di empatia tra offerta e domanda. Per questo la Regione del Veneto ha spinto sulla carta dell'accoglienza.

## 2° parte: PRESENTAZIONE DELLE RICERCHE ED ANALISI

### MICHELE TAMMA

Il Presidente del Ciset ha innanzitutto evidenziato che la "road map" quadriennale cerca di fornire risposte ad una molteplicità di temi e domande che si sono fatte negli ultimi anni sempre più pressanti per il futuro del turismo, in Veneto ma non solo, di fronte ad incertezze ma anche a opportunità da individuare e cogliere con chiarezza. E' questo il significato del "frame" proposto del programma di lavoro (v. la figura seguente) e del coinvolgimento partecipativo degli stakeholder.



L'attività 2022 si è concentrata su giovani, formazione, lavoro, con l'obiettivo di investigare il quadro dell'istruzione e della formazione per il turismo in Veneto e i legami con il mondo del lavoro.

Riportiamo l'attenzione – ha proseguito il professor Tamma – da Scuole, Enti, Istituti visti come attori singoli ad una visione più ampia che considera un sistema/rete di formazione, che nell'insieme realizza il "compito di formare un giovane" verso la carriera nel mondo del turismo. Sistema in cui vi sono ruoli e specializzazioni diverse e complementari, con soggetti della formazione, imprese, pubblica amministrazione.

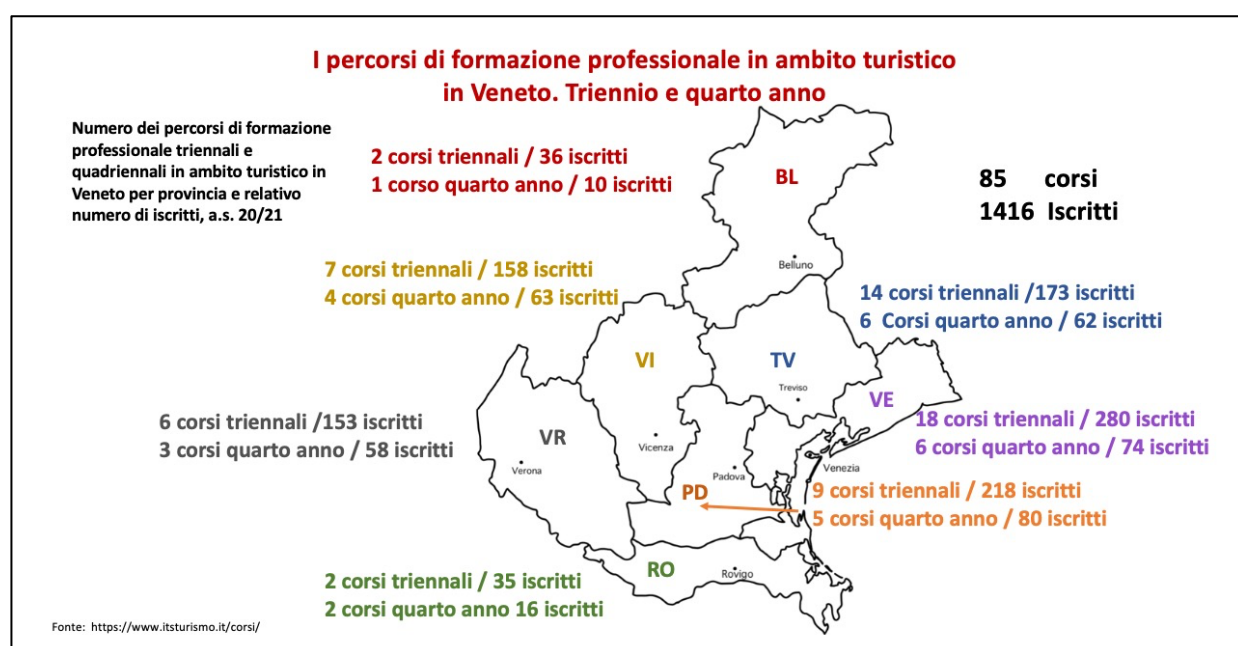
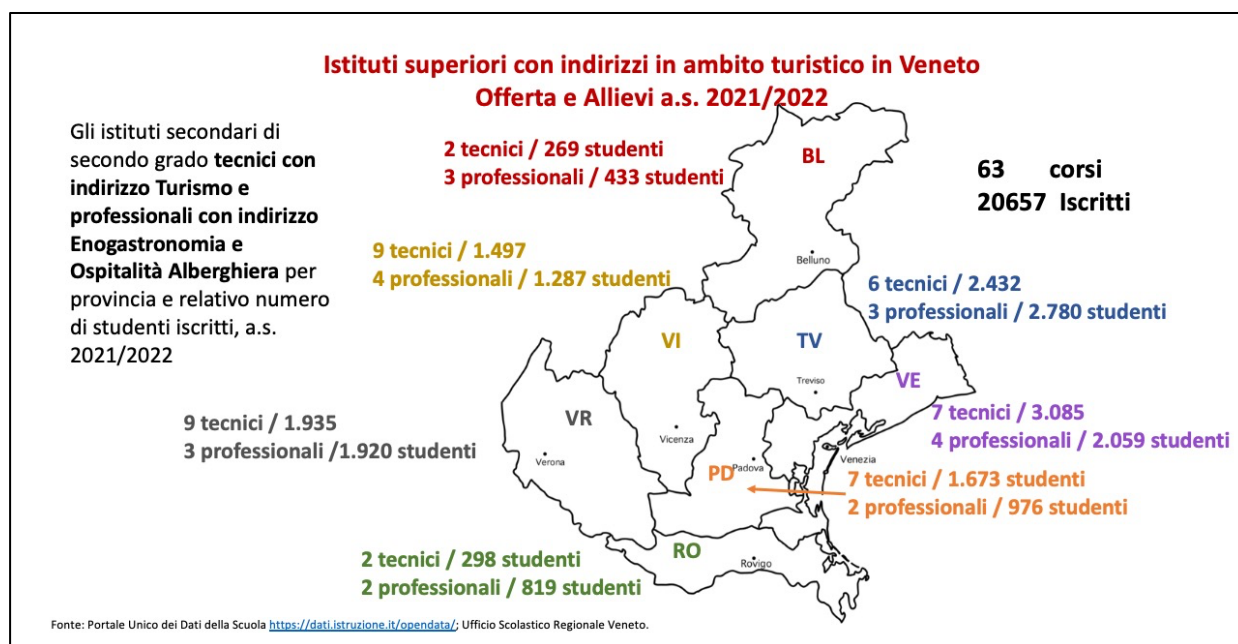
In un sistema che funziona devono essere presidiate e garantite molte attività: la creazione delle risorse e delle strutture per formare, l'orientamento per allievi e imprese, l'innovazione nei percorsi e nelle forme di didattica e di inserimento nel mondo del lavoro, il monitoraggio e la raccolta sistematica di informazioni adeguate per le scelte e l'allocazione delle risorse da parte dei soggetti, pubblici e privati.

Certamente ciascuna può essere singolarmente migliorata, ma un vero "salto" lo si può davvero avere se si riesce a raggiungere un'integrazione fra tutte queste attività più sistematica e solida.

Successivamente il Presidente del Ciset ha illustrato la mappatura dell'offerta formativa per il turismo presente nel Veneto da parte delle scuole secondarie di secondo grado (63 corsi con più di 20.000 iscritti) e della formazione professionale regionale (85 corsi con circa 1.400 iscritti). Nell'offerta vanno aggiunti l'ITS Academy Turismo Veneto (7 corsi con 110 iscritti) ed i corsi universitari, che presentano questa situazione:



- **Corsi di laurea triennale:**
  - Commercio estero e turismo, Treviso, Ca' Foscari,
  - Hospitality Innovation e E-Tourism, Venezia, Ca' Foscari,
  - Progettazione e gestione del turismo culturale, Padova, Università di Padova,
  - Lingue e culture per il turismo e il commercio internazionale, Verona, Università di Verona.
- **Corsi di laurea magistrale:**
  - Economia e gestione delle arti e delle attività culturali, Venezia, Ca' Foscari,
  - Sviluppo interculturale dei sistemi turistici, Venezia, Ca' Foscari,
  - Turismo, cultura, sostenibilità, Padova, Università di Padova,
  - Lingue per la comunicazione turistica e commerciale, Verona, Università di Verona
- **Master universitari:**
  - Master in economia e gestione del turismo, Venezia-Treviso, Ciset - Uni. Ca' Foscari,
  - Turismo 4.0 Design dell'offerta turistica, Padova, Università di Padova.



In conclusione, il professor Tamma ha presentato l'andamento degli iscritti al 1° anno degli indirizzi turistici tecnici e professionali delle scuole superiori: negli ultimi 10 anni, a fronte di un trend complessivo degli studenti quasi stabile, si registra una flessione del 50% nel professionale turistico (v. tabella).

**Trend iscritti al primo anno scuole secondarie di II grado  
per tipo di istituto e indirizzo nel decennio**

Anno	11/12	12/13	13/14	14/15	15/16	16/17	17/18	18/19	19/20	20/21	21/22
<b>Tecnico turismo</b>	<b>2.590</b>	<b>2.623</b>	<b>2.725</b>	<b>3.025</b>	<b>2.809</b>	<b>2.844</b>	<b>2.978</b>	<b>2.970</b>	<b>2.954</b>	<b>2.469</b>	<b>2.229</b>
<b>Prof. Eno e ospit. Alb.</b>	<b>3.446</b>	<b>3.768</b>	<b>3.998</b>	<b>3.653</b>	<b>3.464</b>	<b>3.100</b>	<b>2.747</b>	<b>2.374</b>	<b>1.978</b>	<b>1.702</b>	<b>1.710</b>
<b>Totale turistici</b>	<b>6.036</b>	<b>6.391</b>	<b>6.723</b>	<b>6.678</b>	<b>6.273</b>	<b>5.944</b>	<b>5.725</b>	<b>5.344</b>	<b>4.932</b>	<b>4.171</b>	<b>3.939</b>
Totale tecnici	17.344	17.664	17.797	17.973	17.044	17.237	17.737	17.919	18.245	15.986	17.204
Totale professionali	9.667	9.982	9.819	9.102	9.901	9.675	8.824	7.909	7.516	6.301	6.836
Totale licei	18.264	17.940	17.914	17.899	18.501	18.402	18.954	19.163	19.090	18.796	19.905
<b>Totale istituti superiori</b>	<b>45.275</b>	<b>45.586</b>	<b>45.530</b>	<b>44.974</b>	<b>46.126</b>	<b>44.846</b>	<b>45.115</b>	<b>44.991</b>	<b>44.851</b>	<b>41.083</b>	<b>43.945</b>
Variazione	Var.21/22 su 11/12 ass..		Var. 21/22 su 11/12 m.a.								
<b>Tecnico turismo</b>	<b>-13,9%</b>		<b>-1,5%</b>								
<b>Prof. Eno e ospit. Alb.</b>	<b>-50,4%</b>		<b>-6,8%</b>								
<b>Totale turistici</b>	<b>-34,7%</b>		<b>-4,2%</b>								
<b>Totale tecnici</b>	<b>-0,8%</b>		<b>-0,1%</b>								
<b>Totale professionali</b>	<b>-29,3%</b>		<b>-3,4%</b>								
<b>Totale licei</b>	<b>9,0%</b>		<b>0,9%</b>								
<b>Totale istituti superiori</b>	<b>-2,9%</b>		<b>-0,3%</b>								

A fronte di un andamento complessivo degli studenti secondari che oscilla ma rimane sostanzialmente stabile nelle dimensioni, si nota invece una flessione decisa dell'ambito professionale, in particolare per il turistico.

## DANIELE NICOLAI

L'andamento complessivo delle assunzioni nei diversi comparti del turismo veneto è stato presentato dal dottor Nicolai dell'Ufficio Studi della CGIA di Mestre. Sono stati confrontati, in particolare, i dati del primo semestre 2022 confrontati con quelli dello stesso periodo del 2019, anno molto significativo per il turismo. Complessivamente nel primo semestre 2022 si sono realizzate 92.460 assunzioni, il 2,2 per cento in più rispetto al pre-pandemia.

Le tabelle seguenti presentano la situazione delle assunzioni per contratto: il tempo determinato rappresenta l'84 per cento circa delle assunzioni nel turismo (maggiore, proprio per le caratteristiche di stagionalità del settore, rispetto al quasi 76% del totale dei settori economici). Analizzando invece le assunzioni per età, si è registrata (a fronte del citato aumento totale del 2,2%) una diminuzione di quasi il 12% nelle assunzioni dei giovani (15-29 anni), un aumento di quasi l'11% delle persone tra i 30 ed i 54 anni ed un aumento di circa il 20% nella fascia adulti oltre i 55 anni.



**Turismo veneto: assunzioni di LAVORO DIPENDENTE (contratto, orario, sesso)**

Assunzioni di lavoro dipendente	2019	2021	I sem 2019	I sem 2022	Var. ass. 2022-2019 (I sem)	Var. % 2022/2019 (I sem)	Inc. % 2021 SERVIZI TURISTICI	Inc. % 2021 TOT SETTORI
<b>SERVIZI TURISTICI</b>	<b>151.305</b>	<b>120.185</b>	<b>90.465</b>	<b>92.460</b>	<b>+1.995</b>	<b>+2,2%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
tempo determinato	125.680	101.445	75.905	79.395	+3.490	+4,6%	84,4%	75,6%
per contratto apprendistato	12.960	10.040	7.705	6.920	-785	-10,2%	8,4%	6,8%
tempo indeterminato	12.660	8.700	6.855	6.145	-710	-10,4%	7,2%	17,6%
full time	83.025	64.465	50.670	53.970	+3.300	+6,5%	53,6%	68,4%
per orario part time	68.100	55.630	39.695	38.445	-1.250	-3,1%	46,3%	31,4%
non definito	175	85	100	45	-55	-55,0%	0,1%	0,2%
per sesso donne	76.405	60.605	45.580	45.950	+370	+0,8%	50,4%	45,8%
uomini	74.900	59.580	44.885	46.515	+1.630	+3,6%	49,6%	54,2%

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati MDL Veneto Lavoro

In raffronto al totale assunzioni (tutti i settori) per i **SERVIZI TURISTICI** si nota una **maggiore concentrazione dei contratti a tempo determinato e del part-time** (nell'industria il part time si ferma al 15% del rispettivo totale assunzioni). Si nota altresì una **prevalenza del lavoro femminile che, nel turismo, supera quello maschile**.

Nel I semestre del 2022 (su 2019) **crescita per tempo determinato (+4,6%), full time (+6,5%) e assunzioni maschili (+3,6%)**.

**Turismo veneto: assunzioni di LAVORO DIPENDENTE (età, titolo, cittadinanza)**

Assunzioni di lavoro dipendente	2019	2021	I sem 2019	I sem 2022	Var. ass. 2022-2019 (I sem)	Var. % 2022/2019 (I sem)	Inc. % 2021 SERVIZI TURISTICI	Inc. % 2021 TOT SETTORI
<b>SERVIZI TURISTICI</b>	<b>151.305</b>	<b>120.185</b>	<b>90.465</b>	<b>92.460</b>	<b>+1.995</b>	<b>+2,2%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
per fascia d'età giovani (15-29)	67.110	48.995	37.675	33.280	-4.395	-11,7%	40,8%	36,5%
adulti (30-54)	71.115	59.645	44.445	49.190	+4.745	+10,7%	49,6%	53,7%
senior (55 e più)	13.080	11.545	8.345	9.995	+1.650	+19,8%	9,6%	9,7%
nessun titolo	11.425	9.790	7.030	9.900	+2.870	+40,8%	8,1%	7,9%
licenza elementare	810	580	510	495	-15	-2,9%	0,5%	0,9%
per titolo di studio licenza media	43.560	36.270	27.055	29.295	+2.240	+8,3%	30,2%	27,0%
diploma (2-3 anni)	8.320	6.665	4.955	4.945	-10	-0,2%	5,5%	5,6%
diploma	74.455	58.275	43.685	41.820	-1.865	-4,3%	48,5%	41,7%
laurea	12.550	8.505	7.150	5.900	-1.250	-17,5%	7,1%	16,9%
per cittadinanza italiana	110.770	89.455	65.450	66.140	+690	+1,1%	74,4%	74,0%
straniera	40.535	30.730	25.015	26.320	+1.305	+5,2%	25,6%	26,0%

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati MDL Veneto Lavoro (nel titolo di studio la somma componenti differisce per difetto dal totale per alcune decine di unità non definite)

In confronto al totale assunzioni (tutti i settori) nei **SERVIZI TURISTICI** si nota una **maggiore concentrazione nella fascia 15-29 anni**; tuttavia nel I semestre 2022 le assunzioni in età 15-29 anni sono più basse del 12% rispetto al 2019 (-quasi 4.440 in meno). Si nota altresì una **prevalenza nei titoli di studio «diploma» e «licenza media»**. Romania, Bangladesh, Cina e Albania sono le cittadinanze più coinvolte.

La tabella successiva, inoltre, suddivide le assunzioni degli anni 2019, 2021 e del primo semestre di quest'anno in base ai diversi comparti del turismo: ovviamente la gran parte si concentra in due settori, i servizi di ristorazione e di alloggio.

**Turismo veneto: assunzioni di LAVORO DIPENDENTE per comparto**

Assunzioni di lavoro dipendente nei SERVIZI TURISTICI per COMPARTO	2019	2021	I sem 2019	I sem 2022	Var. ass. 2022-2019 (I sem)	Var. % 2022/2019 (I sem)
<b>Attività dei servizi di ristorazione</b>	<b>77.040</b>	<b>61.030</b>	<b>44.155</b>	<b>44.525</b>	<b>+370</b>	<b>+0,8%</b>
<b>Alloggio</b>	<b>53.665</b>	<b>42.280</b>	<b>34.310</b>	<b>35.775</b>	<b>+1.465</b>	<b>+4,3%</b>
Attività sportive, di intrattenimento e di divertimento	9.215	7.410	5.720	5.290	-430	-7,5%
Attività creative, artistiche e di intrattenimento	5.265	5.095	3.115	3.715	+600	+19,3%
Attività riguardanti le lotterie e le case da gioco	2.800	2.145	1.200	1.365	+165	+13,8%
Attività di biblioteche, musei ed altre att. culturali	935	820	430	415	-15	-3,5%
Attività delle agenzie di viaggio e tour operator	1.180	665	825	705	-120	-14,5%
Servizi dei centri per il benessere fisico	800	465	460	380	-80	-17,4%
Organizzazione di convegni e fiere	405	275	250	290	+40	+16,0%
<b>SERVIZI TURISTICI</b>	<b>151.305</b>	<b>120.185</b>	<b>90.465</b>	<b>92.460</b>	<b>+1.995</b>	<b>+2,2%</b>

Elaborazione Ufficio Studi CGIA su dati MDL Veneto Lavoro

Nei primi 6 mesi del 2022 tra le assunzioni di lavoro dipendente nei SERVIZI TURISTICI si registrano dinamiche particolarmente positive per quelle relative alle attività creative (+19% su stesso periodo del 2019) e all'organizzazione di fiere e convegni (+16%).

A livello assoluto pesano i segni più di Alloggio/Ristorazione con circa 1.800 assunzioni in più nel I semestre del 2022. Si verifica un gap sensibile delle assunzioni per agenzie/tour operator (-14,5% sul 2019) e per il benessere (-17,4%).

 Venezia, 6 ottobre 2022. **TURISMO: GIOVANI - FORMAZIONE - LAVORO**

38

**PIETRO LUIGI GIACOMON**

Interessanti indicazioni emergono da due diversi studi relativi agli sbocchi professionali, l'uno dei diplomati veneti in indirizzi turistici (dati elaborati da Fondazione Agnelli e CRISP dell'Università di Milano Bicocca) e l'altro dei giovani qualificati nei corsi turistici della formazione professionale finanziata dalla Regione del Veneto (dati elaborati da Veneto Lavoro).

Dopo il diploma statale, ha sottolineato Giacomon, i comportamenti sono diversi tra i "diplomati turistici" di Istituti Tecnici (5.414 i giovani monitorati nei 24 mesi successivi al diploma degli anni 2015/16, 2016/17, 2017/18) e degli Istituti Professionali (6.791 giovani), come si può verificare nella tabella presentata.

Dai Professionali escono profili più definiti rispetto ai lavori richiesti e limitata è la tendenza a proseguire gli studi: il 64% è occupato (cioè ha lavorato per almeno 6 mesi dopo il diploma) e un altro 13% ha lavorato meno di 6 mesi. Invece, il 5% si è iscritto all'università e un altro 10% è universitario ma ha o ha avuto contratti di lavoro. Il tempo di attesa per la 1° occupazione è di 130 giorni.

Invece nei diplomati tecnici turistici il 43% è immatricolato all'università (il 19% è studente, il 24 è studente ma anche è stato lavoratore)! Per questo gli occupati raggiungono solo la quota del 37%, cui si aggiunge l'11% di "sottoccupati". Ed i giorni per l'inserimento lavorativo raggiungono la media di 181.

## VENETO: LE SCELTE DEI DIPLOMATI DEL TURISMO

	TOT VENETO	TECNICO TURISTICO	PROFESSIONALE SERVIZI TURISTICI
Indice di Occupazione (%)	70,87	65,67	74,89
Status occupazionale (% di diplomati)			
Occupato	44,74%	37,29	63,65
Sotto occupato	10,07%	10,93	13,36
Studente	17,74%	19,17	4,80
Studente + Lavoratore	19,12%	24,05	10,21
Tipologia di contratto a 2 anni dal diploma (% diplomati che lavoratori)	8,32	8,56	7,98
Lavoro permanente (apprendistato)	52,12%	41,86	49,07
Lavoro permanente (tempo indeter.)	12,28%	13,56	13,25
Lavoro temporaneo	35,60%	44,58	37,68
Coerenza della qualifica a 2 anni dal diploma (% diplomati che lavoratori)			
Professione coerente	39,21%	36,88	54,17
Professione trasversale	19,06%	32,52	14,79
Professione non coerente	41,73%	30,60	31,04
Tempo di attesa per la 1a occup. significativa (giorni)	152	181	130
Numero diplomati coinvolti	57.029	5.414	6.791

**Evidenti i comportamenti differenti tra le 2 figure.**

**Dai Professionali escono profili più «definiti» rispetto ai lavori richiesti e si registra una limitata tendenza a proseguire gli studi. Ci sono più occupati e meno attesa per la 1° occupazione.**

**Nei tecnici turistici: 1 su 5 prosegue gli studi all'Università, 1 su 4 è studente, ma anche è (od è stato) lavoratore.**

**Altre considerazioni:**

- **coerenza professionale: più nei servizi alberghieri,**
- **rilevanti nei tecnici le professioni trasversali,**
- **più elevata la non coerenza nell'insieme dei diplomati,**
- **lavoro temporaneo: maggiore nel tecnico turistico, rispetto a tutti i diplomati veneti.**

Quale la coerenza tra diploma e lavoro?

Fondazione Agnelli distingue tra professioni coerenti, non coerenti e trasversali. Chi è diplomato in indirizzi alberghieri ed enogastronomici svolge un lavoro coerente nel 54% (e nel 15% trasversale). Il lavoro coerente nei tecnici turistici è nel 37% dei casi e quello trasversale nel 33%.

Risulta utile il confronto, sempre dalle elaborazioni della Fondazione Agnelli, tra le scelte post diploma dei diplomati veneti di indirizzo turistico dei Professionali e dei diplomati dagli Istituti Tecnici meccanici e mecatronici (in questo settore l'indagine si basa sull'osservazione per 24 mesi di 3.524 diplomati).

C'è più propensione a proseguire gli studi da parte dei periti meccanici: il 17% è universitario (contro il 5 dei diplomati alberghieri) e un ulteriore 19% è studente ma anche è (o è stato) lavoratore. Quindi c'è più occupazione nei servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera: il 64% contro il 51 dei meccanici/meccatronici. Però le professioni coerenti nei diplomati meccanici occupati sono il 64% rispetto al 54 dei diplomati professionali turistici. Ed il lavoro temporaneo raggiunge il 38% nei professionali turistici, il 24 nei tecnici meccanici (v. tabella seguente).



## VENETO: CONFRONTO DIPLOMATI SERVIZI TURISTICI E MECCANICA/MECCATRONICA

	PROFESSIONALE SERVIZI TURISTICI	MECCANICA	
Indice di Occupazione (%)	74,89	80,05	<p><i>Ci sono precise differenze nei diplomati dei 2 settori e nei risultati rispetto agli indicatori.</i></p> <p><b>Ecco alcune considerazioni:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• più scelte di inserimento lavorativo e di occupazione nei servizi alberghieri,</li> <li>• più diplomati meccanici che si iscrivono all'Università (studenti e studenti-lavoratori),</li> <li>• più occupazione coerente nella meccanica, meno tempo d'attesa e (ovviamente) meno lavoro temporaneo.</li> </ul> <p><b>Si tratta di diversità riscontrate già nei diplomati dell'anno 2016, ampliate per quelli del 2018, il cui periodo di osservazione si è concluso nel settembre 2020, in periodo pandemico.</b></p> <p><b>Veneto: 6.791, diplomati servizi turistici, 3.524 nella meccanica.</b></p>
Status occupazionale (% di diplomati)			
Occupato	63,65	50,91	
Sotto occupato	13,36	7,72	
Studente	4,80	17,22	
Studente + Lavoratore	10,21	19,18	
Tipologia di contratto a 2 anni dal diploma (% diplomati che lavoratori)			
Lavoro temporaneo	37,68	24,02	
Coerenza della qualifica a 2 anni dal diploma (% diplomati che lavoratori)			
Professione coerente	54,17	63,51	
Professione non coerente	31,04	32,10	
Tempo di attesa per la 1a occup. significativa (giorni)	130	106	

Sul versante dei corsi di Formazione Professionale regionale, invece, i giovani sono monitorati per 12 mesi con alcuni indicatori, dal tasso di attivazione a quello di occupazione, alla forma contrattuale di impiego, ecc. Gli esiti della Formazione iniziale regionale negli anni considerati (in particolare 2018 e 2019) sono più positivi nel turismo rispetto all'intero segmento, ad esempio rispetto al tasso di inserimento od a quello occupazionale. Simile la propensione a proseguire gli studi dopo la qualifica (quasi 4 su 10).



## LA SITUAZIONE DEI QUALIFICATI DEL TURISMO RISPETTO ALL'INTERA FORMAZIONE INIZIALE

	Qualificati totale	Qualificati del turismo
Totale	<b>9.703</b>	<b>1.514</b>
Tasso attivazione entro 6 mesi (dip. e stagisti)	29,9	37,7
Tasso attivazione entro 12 mesi (dip. e stagisti)	53,1	60,4
Tasso efficace di inserimento entro 6 mesi	24,1	33,4
Tasso efficace di inserimento entro 12 mesi	46,7	55,7
Tasso occupazione	33,7	36,9
Contratto tempo indeterminato	7,7	8,4
Contratto tempo determinato	15,6	17,5
Contratto apprendistato	55,4	49,7
Contratto somministrazione	13,1	9,3
Altri contratti	8,2	15,0
Tirocinanti	4,3	2,6
Disoccupati	8,8	11,4
Studenti	38,5	37,5
Quota altro+non osservato	14,8	11,6

*Gli esiti della formazione iniziale regionale nel turismo negli anni considerati sono più positivi rispetto all'intero segmento, ad es. rispetto al tasso di inserimento ed a quello di occupazione. Esiste un tema relativo alla tipologia dei contratti: non rilevanti differenze nei contratti indeterminati e determinati, ma si nota un minor ricorso all'apprendistato rispetto alla media, meno contratti di somministrazione, più altri contratti, collegabili forse alle peculiarità del settore: un tema da approfondire. Simile invece la propensione a proseguire gli studi dopo la qualifica (quasi 4 su 10).*

### ERICA MINGOTTO

L'intervento della ricercatrice del Ciset ha preso in esame le evidenze di due focus group realizzati con i dirigenti scolastici o docenti dei 14 Istituti (7 Tecnici e 7 Professionali) che hanno collaborato al Progetto. Sono stati indagati, tra gli altri argomenti, i temi del posizionamento delle scuole verso gli studenti e le imprese, dell'orientamento e dell'interazione con le imprese.

Rispetto al posizionamento degli Istituti Tecnici e Professionali nei confronti degli studenti, la dottoressa Mingotto ha affermato che dagli interventi nei focus emergono sia un profilo un po' sfuocato, sia differenze non sempre chiare con altri istituti e percorsi di formazione (la figura seguente riporta alcune opinioni).

In particolare, nell'indirizzo tecnico turistico, c'è la possibilità che gli studenti indecisi tra tecnico e licei preferiscano i licei, soprattutto coloro che non scartano l'idea di continuare all'università. E, rispetto all'indirizzo alberghiero ed enogastronomico, la possibilità che gli studenti confondano l'offerta formativa degli Istituti superiori con quella dei Centri di Formazione Professionale regionale (percorsi triennali o quadriennali) e siano "assorbiti" da questi ultimi.

## ***Il posizionamento verso gli studenti***

### **Le osservazioni dagli istituti tecnici**

"Tendenza ad iscriversi ai licei piuttosto che al tecnico, forse perché considerato di serie b rispetto al liceo."

"Aumentano (gli iscritti) ai licei perché ragazzi e famiglie vedono sempre più la scuola superiore come acquisizione di competenze di base ma non come una preparazione per un lavoro. Molti diplomati tecnici proseguono con l'università."

"Forse è un po' sfuocato il profilo (degli indirizzi tecnici). Bisogna orientare l'offerta formativa (dei tecnici) verso alcune curvature per cogliere meglio i bisogni dei giovani, ad esempio lingue, informatica."

"Anche noi stiamo lavorando per specializzare un po' di più l'indirizzo turistico già dal biennio."

### **Le osservazioni dagli istituti professionali**

"C'è anche un problema strutturale dei professionali: molti dei nostri potenziali studenti vengono assorbiti dai CFP. Le sfumature e differenze tra professionali e CFP non sono ben chiare e questo non aiuta. CFP e professionali sono molto diversi."

"Concordo sul problema con CFP e confusione negli sbocchi in uscita."

Sulla percezione delle imprese verso i diplomati, i rappresentanti delle scuole superiori hanno affermato che le posizioni offerte non sempre sono coerenti con il profilo in uscita dagli Istituti Tecnici e Professionali. La figura del "tecnico turistico" non è compresa appieno o richiesta dalle imprese turistiche (soprattutto da quelle di piccole dimensioni), che offrono ai diplomati tecnici posizioni meno qualificate (e meno retribuite) rispetto a quelle per cui hanno studiato.

## ***Il posizionamento verso le imprese***

### **Le osservazioni dagli istituti tecnici**

"I ragazzi hanno sempre di più la percezione che la figura tecnica serva poco alle imprese turistiche, almeno nel mio territorio; le imprese cercano bassa manovalanza."

"Le imprese a conduzione familiare non riescono a inquadrare questo profilo tecnico e i ragazzi finiscono per essere impiegati in lavori meno qualificanti rispetto a quello per cui hanno studiato."

"Non c'è coerenza tra quello che è il profilo in uscita e quello che cercano le imprese. I ragazzi del turistico finiscono per fare quello che dovrebbero fare i professionali alberghieri in accoglienza turistica. C'è molta confusione."

### **Le osservazioni dagli istituti professionali**

"I nostri studenti trovano lavoro subito ma ammettono di essere sottopagati."

"(Gli studenti) dicono chi me lo fa fare alla luce di uno stipendio così basso. E qui si apre il problema economico."

"... un diplomato di un professionale alberghiero che è più qualificato di un CFP, ma è pagato e inquadrato come un CFP".

"I contratti di apprendistato infatti non tengono conto delle differenze tra un CFP e un diplomato."

Inoltre, le aziende offrono ai diplomati degli istituti professionali le stesse condizioni dei giovani in uscita dai CFP (uguali posizioni, uguale livello contrattuale e uguale retribuzione), anche se competenze e livello di responsabilità acquisito alla fine dei percorsi dovrebbero essere differenti.

La conseguenza è la percezione nei giovani del lavoro nel turismo come poco qualificante e poco retribuito. La dottoressa Mingotto ha ricordato anche come sia emersa l'importanza dell'orientamento degli studenti in uscita dalla Scuola media e di quelli dal biennio al triennio, in particolare per favorire:

- consapevolezza dei più giovani sulle professioni del turismo e loro motivazione a lavorare in questo settore;
- migliore conoscenza delle differenze tra i diversi istituti e percorsi di studio superiori e consapevolezza nella scelta.

Nelle opinioni espresse, non sempre però l'orientamento risulta efficace e sostenuto da risorse adeguate, soprattutto nel passaggio dalle medie (orientamento di tipo informativo, anziché attitudinale).

Un altro tema posto nei focus group è stato quello dell'interazione con le imprese.

Viene ritenuta buona la collaborazione per i PTCO (alternanza scuola-lavoro), anche se dipende pure dalla dimensione delle aziende. Infatti, le piccole imprese familiari sono meno strutturate e preparate per accogliere e formare gli studenti. Molta meno apertura e collaborazione da parte delle imprese si riscontra nella co-progettazione di contenuti. Bisognerebbe quindi (v. le figure riportate successivamente):

- ragionare insieme sulla percezione del mondo del lavoro turistico da parte degli studenti e sulla coerenza tra posizioni offerte e profilo in uscita;
- costruire insieme percorsi formativi per gli studenti in linea con le nuove esigenze del mercato;
- contribuire all'aggiornamento della formazione dei docenti;
- sviluppare le testimonianze aziendali nelle scuole.

## ***L'interazione con il mondo delle imprese***

### **Le osservazioni dagli istituti tecnici**

"Sull'alternanza scuola lavoro la collaborazione c'è e anche molto buona. Noi vorremmo però costruire meglio i rapporti con il mondo delle imprese per lavorare sui contenuti specifici prima che gli studenti vadano in stage. Cosa serve alle imprese e quindi in cosa possiamo aiutarvi."

"La co-costruzione dei percorsi può aiutare anche nel problema della percezione."

"La collaborazione è molto sviluppata a livello stage. Molto meno sul resto a livello di progettazione dei contenuti per il fatto che la richiesta di lavoro è di bassa qualifica, non tecnica e quindi è difficile progettare insieme essendoci esigenze diverse."

"I tutor aziendali nelle imprese medio-grandi sono preparati nel seguire, formare e valutare lo studente. Nelle piccole imprese o anche nelle istituzioni comunali, gli studenti non sono seguiti. Le imprese non vengono a scuola se non per una conferenza."

"Le aziende si sono rese conto che hanno bisogno di noi e abbiamo questa grande opportunità per costruire un modello nuovo di collaborazione non solo per far fare gli stage ma per costruire insieme la formazione. Da noi gli operatori e i professionisti si propongono di portare testimonianze, di formare i docenti... Facciamo entrare gli operatori e i professionisti in classe per un coordinamento tra docenza e esigenze del mondo del lavoro."

## ***L'interazione con il mondo delle imprese***

### **Le osservazioni dagli istituti professionali**

"C'è differenza nelle relazioni in base alle dimensioni dell'impresa. Comunque in tema di progettazione la scuola non è chiamata in causa, se non a cose fatte. Ci sono imprese con cui collaboriamo in maniera stretta ma la visione non è quasi mai di co-progettare assieme. Le imprese o i consorzi hanno il loro progetto, e la scuola viene chiamata dopo. Le imprese non sanno cosa si fa nella scuola e quindi viene più difficile dialogare e progettare."

"... Sul problema della formazione docenti per venire incontro alle esigenze delle imprese, noi ci stiamo muovendo ma non sento che da parte delle imprese ci sia la voglia di dialogo. Con qualcuna."

"Siamo sommersi da imprese turistiche che hanno bisogno di manovalanza ma non siamo agenzie interinali."

"C'è collaborazione con le aziende locali per i PCTO; c'è molta apertura per i PCTO. Però riconosco che il tutor aziendale non sempre è preparato a dare quell'orientamento necessario."

"Ci sono aziende con diverse caratteristiche, alcune più strutturate e altre meno con cui si fa più fatica a collaborare"

"Da fuori non si conosce cos'è l'istituto professionale e qual è il profilo in uscita."

### **SILVIA OLIVA**

La ricercatrice della Fondazione Nordest, presentando i dati e le esperienze diverse vissute dalle 4 generazioni che sono presenti nelle aziende (v. figura seguente), ha evidenziato che le nuove generazioni (i millennials e la generazione Z) esprimono una visione nuova del lavoro, e precisamente:

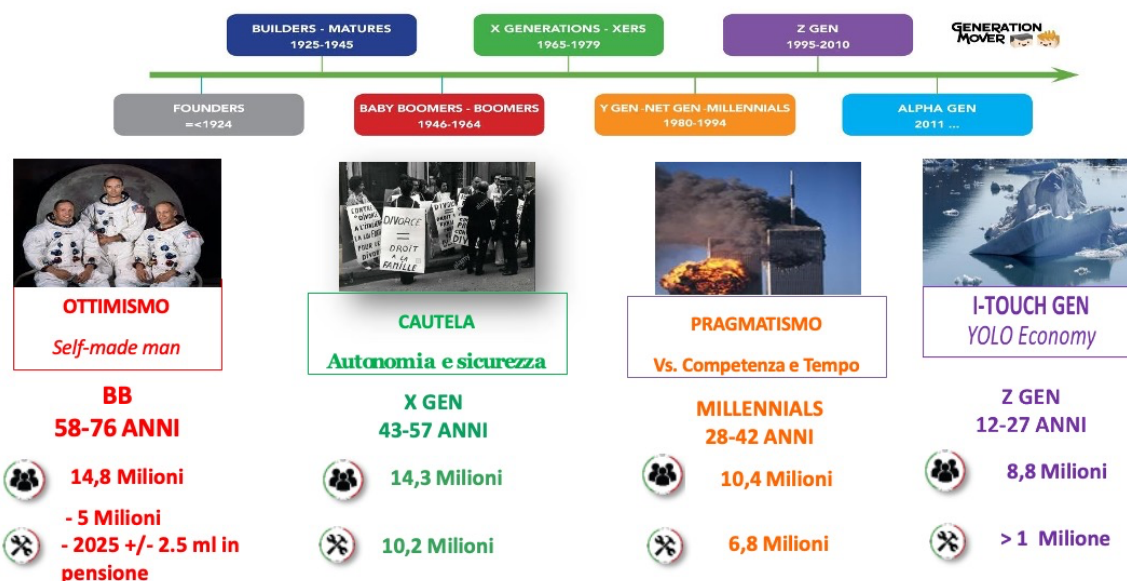
- il lavoro come crescita personale e professionale;
- il bilanciamento tra il tempo del lavoro e il tempo della vita personale;
- l'attenzione verso i valori di cui le aziende devono essere portatrici (inclusione e sostenibilità).

Alcune imprese rispondono con strategie nuove di gestione delle risorse umane, per trattenerle in azienda:

- formazione continua (40%),
- definizione di percorsi di crescita (34,9%),
- conciliazione vita-lavoro (31,7%),
- flessibilità oraria (28,1%).



## 4 GENERAZIONI AL LAVORO: la Gen Z cambierà 18 lavori



Parlando del mercato del lavoro turistico, la dottoressa Oliva ha citato che le assunzioni stagionali nel litorale veneziano nella stagione 2022 hanno raggiunto i livelli pre-pandemici.

Ma è indubbia la maggiore difficoltà di reperimento di candidati, per alcune precise motivazioni:

- vincoli numerici sul lato dell'offerta,
- un'offerta più in grado di richiedere orari e condizioni migliori, che può mettere in difficoltà le strutture più piccole,
- il lavoro stagionale, soprattutto per i giovani, che è ancillare rispetto ad altri progetti di vita,
- gli adulti, meno disponibili al lavoro stagionale, con la necessità di trovare occupazioni e reddito più stabile.

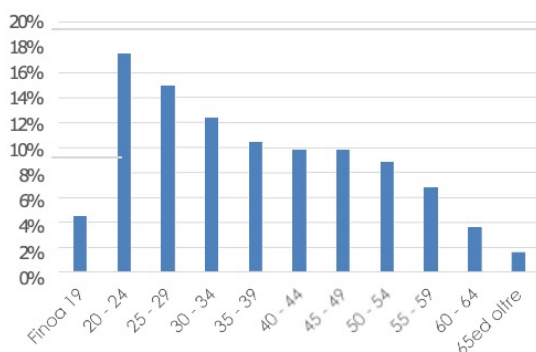
Va anche ricordato che oggi esiste un'offerta di lavoro con persone a più alta formazione e che esistono più occasioni lavorative in settori economici che, rispetto al turismo, offrono condizioni migliori, ad esempio rispetto agli orari.

Sul tema del lavoro stagionale, ha aggiunto la dottoressa Oliva, bisognerebbe ripensarlo "oltre la stagione". Infatti, la scelta di questo lavoro era un'opportunità per giovani e donne. Per i giovani si trattava di una decisione coerente con l'opportunità di un'occupazione nel periodo estivo. Ora queste scelte sembrano venute meno per una serie di motivazioni e di precisi elementi (v. l'approfondimento nella figura seguente). Rispetto alle esigenze nel turismo, anche nel Veneto si riscontra una contraddizione, ha concluso la dottoressa Oliva. Esiste infatti una quota di giovani disoccupati (Italia: 16,9%; Nordest: 9,2%) e un numero rilevante di NEET (15-29 anni: in Italia 2.100.000, nel Nordest 249.000) che possono essere coinvolti e riportati al centro del mercato del lavoro, proprio perché ci sono precise opportunità.

Il primo passo è la formazione, evitando i fenomeni di abbandono scolastico, seguita o affiancata da percorsi di accompagnamento al lavoro e alla vita attiva. Rimangono fondamentali la qualità del lavoro, il rispetto delle regole sulla sicurezza e sul benessere dei lavoratori.

## ***Il lavoro stagionale da ripensare: oltre la stagione***

**Dipendenti alloggio e ristorazione  
per età (val.%)**



**Verso un lavoro più qualificato**

Il 37% dei lavoratori nell'alloggio e ristorazione ha meno di 30 anni e il 55% è donna.

### **Il lavoro stagionale è ancora compatibile con queste caratteristiche?**

- Meno giovani e con progetti di formazione più lunghi (anche in estate)
- Perdita dei benefici per le famiglie: assegno unico, isee, figli a carico, etc.
- Più donne al lavoro, più istruite, maggior esigenza di due redditi familiari stabili (Naspi dimezzata)

Fonte: FNE su dati Inps

## 3° parte: GIOVANI E SCELTE PROFESSIONALI NELLA FILIERA TURISTICA: ESIGENZE E RUOLO DEI VARI ATTORI

*(Alcuni elementi emersi dalla tavola rotonda.*

*Per una informazione completa è opportuno far riferimento al video)*



### ALESSANDRO ZUIN

Introducendo la tavola rotonda, il coordinatore editoriale di Corriere Imprese Nordest ha affermato che, incrociando i dati proposti su assunzioni, lavoro e scuola si potrebbe dire che il lavoro nel turismo c'è, mentre sta diventando sempre più rara la presenza dei giovani. Dalle autointerviste di studenti del quinto anno delle superiori emerge infatti che spesso i giovani desiderano continuare a studiare o lavorare all'estero.

### MICHELE TAMMA

Il Presidente del Ciset ha chiesto ai partecipanti di esprimere il loro punto di vista su due tematiche. Innanzitutto, sembra manifestarsi un disallineamento tra i contenuti che il sistema formativo propone e la percezione che ne hanno i ragazzi e le imprese. Se è così, dove occorre intervenire? Inoltre, quando si costruisce un percorso formativo, si parla di orientamento, di progettazione, di realizzazione e di accompagnamento all'ingresso nel lavoro. In un processo formativo ci sono quindi tante attività ed ognuno ne svolge una parte. Si avverte il bisogno di collegarsi di più agli altri, di “realizzare” insieme?

### EDI BRISOTTO

Da parte sua il dirigente scolastico dell'IPSSAR Alberini ha affrontato alcuni temi, a cominciare dall'orientamento, rilevante problema della scuola italiana. Nelle scuole medie, che sono licei in piccolo, non c'è una didattica orientativa. I ragazzi che arrivano ai professionali hanno avuto difficoltà nel percorso scolastico, perché hanno trovato una didattica che non è riuscita a far emergere le attitudini personali di chi è dotato di un'intelligenza di tipo pratico.

Le aziende non sono obbligate ad accogliere gli studenti nell'alternanza scuola-lavoro, ma se lo fanno i tutor aziendali devono essere formati per tale ruolo.

Le scuole alberghiere, ha concluso il professor Brisotto, potrebbero essere coinvolte nella formazione del personale delle aziende, proprio per l'importanza dell'educazione e formazione del personale adulto.

**CLAUDIO SCARPA**

Non viene riconosciuta dignità alle professioni del turismo, ha ribadito il direttore dell'AVA, ai docenti delle Scuole, agli studenti, ai lavoratori: non esiste rispetto per il settore turistico.

Il turismo assume una dimensione importante, ma nella percezione comune gli studenti dell'alberghiero non hanno futuro. Molti direttori degli alberghi hanno frequentato gli Istituti alberghieri. C'è una carriera interna e ci si forma anche in azienda. Occorre fare piazza pulita di alcune convinzioni, come quella che le possibilità di sviluppo si trovano nell'industria e non nel turismo.

Non c'è una questione salariale, al di là di casi particolari in cui fare autocritica. Al CNEL dovrebbero modificare la possibilità di riconoscere alcuni contratti di lavoro, ma i contratti di Federalberghi-Confcommercio e di Confindustria garantiscono gli stessi livelli salariali degli impiegati dell'industria.

Certo, nel turismo esistono alcuni svantaggi, come il lavoro domenicale e serale. Esistono però i turni.

Uno degli elementi importanti è la dignità: occorre far percepire ai giovani e alle loro famiglie che lavorare nel turismo non è di serie b, ma operare in un settore che fornisce possibilità.

**CARMELA PALUMBO**

Tutti i ragazzi, come anche quelli sentiti nelle interviste, reagiscono ai messaggi forniti loro in questi anni, ha ribadito il Direttore Generale dell'Ufficio Scolastico per il Veneto. Affermazioni che il mondo del lavoro è fluido, che molti mestieri cambiano o scompaiono, che si deve essere flessibili ed abituarsi a modificarsi continuamente. La conseguenza è che questi ragazzi sono fluidi!

Si devono fare discorsi chiari di orientamento.

Il Veneto è una regione a forte vocazione manifatturiera, che si evolve con l'automazione e le tecnologie digitali, ed a forte vocazione turistica. Bisogna però essere consapevoli che rimarranno anche tante professioni tradizionali, nelle quali lavorare in modo innovativo. Occorre far comprendere questo ai giovani, non fornire loro solo i concetti di incertezza e di flessibilità.

Dai dati presentati emergono, per i tecnici turistici, margini di miglioramento sulla coerenza delle mansioni attese con quelle offerte. C'è quindi l'opportunità di lavorare insieme per conoscere meglio i contenuti della figura che esce dal percorso.

Nella Scuola professionale c'è una buona coerenza tra quanto si attendono i ragazzi e quanto viene loro offerto. Qui invece, il problema è rappresentato dai numeri: sono pochi i ragazzi provenienti dall'istruzione e dalla formazione professionale e' necessario lavorare sulla dispersione scolastica, molto forte in questo settore, e sull'inserimento lavorativo degli studenti con situazioni disagiate.

La dottoressa Palumbo ha aggiunto che dalle analisi risulta molto apprezzato lo stage e molta la collaborazione per i PCTO. E' però da migliorare la coprogettazione dei percorsi tra scuole ed aziende, che permette agli attori coinvolti anche di conoscersi meglio.

Gli Istituti Professionali hanno nel loro Statuto ampia autonomia didattica e possibilità di costruire percorsi flessibili, possibilità sprecata se non si lavora assieme.

Infine, perché non valorizzare i percorsi discontinui e fluidi dei giovani liceali ed incentivare la loro iscrizione ai percorsi ITS del turismo?

**MASSIMILIANO SCHIAVON**

C'è un problema di comunicazione: manca sui valori nel settore turistico. È opportuno, quindi, concentrarci sull'offerta di valori. Ognuno deve assumersi le sue responsabilità, ha sottolineato il Presidente di Federalberghi Veneto e dell'ITS Academy Turismo Veneto.

Se nelle situazioni, nella pandemia e dell'aumento dei costi energetici il primo messaggio è che si lascia a casa il personale, questo non aiuta.

Il modello di impresa familiare oggi necessita di aggiornamenti e di iniezione di managerialità.



Anche nelle scuole occorre formare i formatori ed è essenziale che gli insegnanti frequentano di più le imprese, che hanno avuto cambiamenti notevoli negli ultimi anni.

Parlando dell'ITS, Schiavon ha evidenziato che nessun ragazzo intervistato ha parlato dell'Istruzione Tecnica Superiore. Anche qui c'è l'esigenza di una migliore comunicazione, perché i risultati sono eccellenti, a conferma che il progetto formativo è coerente con le aspettative delle aziende.

### **FRANCESCA SIMEONI**

Il disallineamento dei contenuti è superabile se c'è la volontà, ha precisato la professoressa Simeoni, attraverso tavoli congiunti scuola-imprese, per discutere come aggiornare i programmi.

Il problema maggiore è un altro: occorre che la narrazione delle diverse professioni turistiche sia reale e che i percorsi di crescita vengano raccontati dai testimoni diretti che hanno compiuto tali percorsi.

Inoltre, nel momento dell'assunzione è opportuno chiarire alle persone il loro potenziale percorso di crescita. È bene investire in formazione continua, soprattutto nei periodi di non stagionalizzazione. Sono pronti gli imprenditori ad investire nella formazione per i giovani?

Certo, occorre anche formare gli imprenditori.

Rispetto ai laureati nell'ambito turistico, per quelli triennali non ci sono molti problemi occupazionali, diversamente dai laureati magistrali. Gli imprenditori ne comprendono con difficoltà il valore per le loro organizzazioni.

### **PAOLO LORENZONI**

Partendo dall'esperienza ed attività professionale nel settore alberghiero di alta gamma, il dottor Lorenzoni ha precisato che la sua struttura ha avvicinato prima gli insegnanti degli Istituti Professionali e poi gli studenti. C'è l'esigenza di una qualità del lavoro e della vita. Anche per questo va riconosciuto che gli orari spezzati nel settore alberghiero rappresentano un elemento negativo. Il responsabile turismo di Confindustria Veneto ha citato anche i vantaggi che in questa regione possono derivare dalla presenza del turismo estivo e di quello invernale.

### **DARIA SARTORATO**

L'Italia è l'unico paese dell'OCSE che ha visto una riduzione della retribuzione media negli ultimi 30 anni, ha citato la Presidente di Confcommercio e di FIPPE della provincia di Treviso. Tanti fattori possono spiegare, nell'ambito del turismo e dei pubblici esercizi in particolare, la perdita di appeal, ma anche una busta paga che non soddisfa. Le imprese devono fare una riflessione su questo tema.

C'è quindi l'esigenza di recuperare l'appeal perso, perché il settore della ristorazione è considerato instabile (ci sono stati 14 mesi di chiusura per la pandemia) e faticoso per gli orari. Va quindi recuperata la rottura del patto intergenerazionale del precedente modello di sviluppo.

### **MAURO GIOVANNI VITI**

C'era una "Cultura dell'accoglienza", un patto non scritto tra tutti gli attori di un territorio, nel Veneto dopo gli anni '50 del secolo scorso, con il lavoro al centro, che di per sé valeva e dava dignità, ha dichiarato il Direttore della Direzione Turismo della Regione del Veneto.

Occorre ritornare ad applicare nuovamente la "Cultura della accoglienza" verso l'ospite, basata sull'empatia, dove il turismo viene ritenuto un valore. Se tutti hanno la percezione di essere parte di tale cultura le cose sono destinate a cambiare ed anche le famiglie a considerare diversamente le scelte nel turismo.

## 4° parte: INTERVENTI CONCLUSIVI

### ELENA DONAZZAN

Evidenziando la ricchezza di contenuti insiti negli eventi di questo progetto di Manageritalia e Ciset, l'Assessore regionale all'Istruzione Formazione Lavoro ha citato aspetti di competenza nazionale e regionale. A livello nazionale si sta ragionando su una riforma dell'istruzione tecnica e dell'istruzione professionale, che prevede un aumento delle ore di laboratorio e quindi di rapporti scuola-lavoro ed il reclutamento di esperti nella scuola.

A livello regionale nei nuovi bandi il rafforzamento dell'orientamento è strategico, orientamento dalla scuola elementare e nella formazione dei formatori. Bisogna riorientare anche per diminuire la dispersione scolastica ed accrescere la coerenza tra la scuola frequentata ed il lavoro.

Nei programmi didattici scolastici già oggi esiste una flessibilità e questo è lo spazio per la coprogettazione.

### MARIO MANTOVANI

Il Presidente nazionale di Manageritalia ha dichiarato che il valore dell'incontro è mettere insieme forze sociali diverse per trovare soluzioni nella collaborazione, per affrontare delle sfide più grandi di quelle che si possono affrontare da soli.

Mantovani ha citato tre sfide.

Innanzitutto, la stagionalità: è un limite che non si può superare? Nel Veneto a distanza di poche decine di chilometri vi sono differenti turismi con stagionalità estive o invernali molto forti e città d'arte con continuità in tutti i periodi dell'anno. Il limite non è nella stagionalità, ma nel modello d'impresa che non riesce a rendere complementari le diverse stagioni, che non riesce ad occupare tutto l'anno le persone.

Un'altra sfida è l'evoluzione del lavoro: il turismo non può essere impermeabile all'evoluzione delle tecnologie (come il check-in e il check-out in alberghi e ristoranti, supportato da tecnologie molto diffuse). Non sarebbe uno scandalo vedere anche qualche cameriere robot.

La terza sfida riguarda l'internazionalizzazione: l'attrattività dell'Italia è enorme. Quanti giovani stranieri sarebbero disponibili a venire in Italia per un'esperienza di lavoro, ma le norme sui permessi di lavoro non lo consentono.

Si tratta di grandi sfide, ma occorre cominciare ad affrontarle, a mettere le basi per favorire la crescita imprenditoriale, tecnologica, organizzativa, normativa. Se non lo si farà, ci si troverà ogni anno a dire che la situazione non migliora: demografia, cambiamento nelle abitudini delle persone, evoluzione economica sono infatti ineluttabili.

### LUCIO FOCESATO

Nella sua riflessione finale il Presidente di Manageritalia Veneto ha ribadito la necessità di realizzare una nuova comunicazione per una nuova dignità ed immagine del turismo Veneto.

Ha inoltre condiviso la proposta di creare un tavolo di lavoro tra imprese e scuole per identificare nuove job e per la coprogettazione degli stage.

Sicuramente ci saranno difficoltà, ha precisato Fochesato, ma le dobbiamo superare insieme, soprattutto nell'interesse del Turismo Veneto.

Nel lavorare insieme teniamo presente 4 parole: FIDUCIA, RESPONSABILITÀ, PROFESSIONALITÀ E RISPETTO. Manageritalia Veneto insieme al Ciset vuole essere impegnata con questo Progetto ad aiutare i giovani e le imprese a creare valore e lavoro per la ripresa del turismo veneto, facendosi trovare pronti per le Olimpiadi Milano Cortina 2026.

Ci diamo appuntamento al prossimo 5 ottobre 2023 sempre a Venezia: approfondiremo il secondo tema della "road map", con focus sulle imprese.

## 5° parte: RIFLESSIONI DI MANAGERITALIA VENETO E Ciset

A cura di **Pietro Luigi Giacomon e Michele Tamma**

### LA “ROAD MAP”

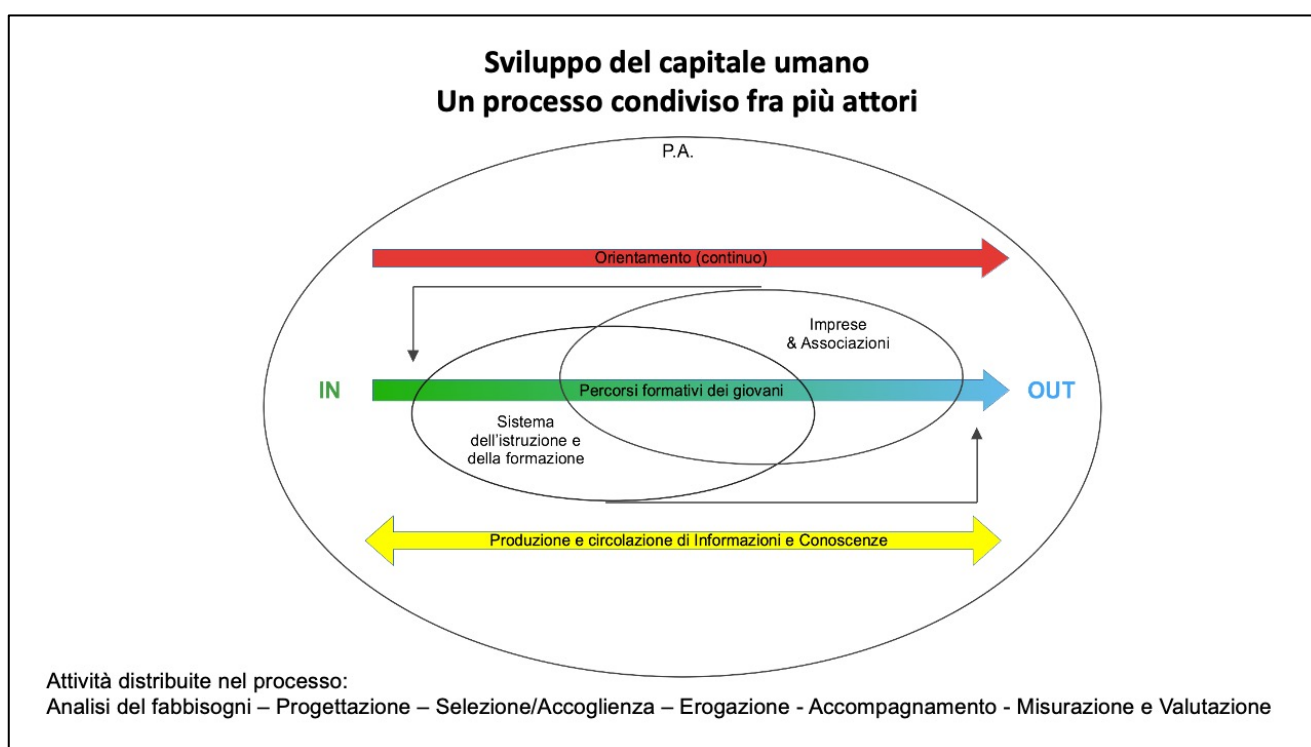
Il programma di lavoro quadriennale, proposto nella “road map” dell'aprile 2022, presenta tematiche di ricerca e domande che tra loro si intrecciano: dall'istruzione e formazione alle imprese, dalle competenze all'occupazione. Si tratta di fenomeni che si influenzano l'un l'altro e che possono esser affrontati solo con un approccio partecipativo che includa tutti gli stakeholder coinvolti.

Come emerso nel convegno dell'ottobre 2022, c'è un grande lavoro da fare per “riposizionare” il settore turistico veneto nella percezione e nelle azioni dei tanti attori che ne sono partecipi, dalla Commissione Europea al mondo della scuola, dai giovani e le loro famiglie alle imprese e le loro Associazioni di rappresentanza.

### LO SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO

Urge, in primis, uno sforzo per rendere più ampio, condiviso e inclusivo il “processo di sviluppo del capitale umano”, che è stato al centro del 1° anno di lavoro del Progetto di Ciset e Manageritalia Veneto (e le cui analisi verranno aggiornate ed arricchite negli anni successivi). In questo processo infatti non c'è un unico attore, anzi. L'ampio e diversificato mondo delle aziende dei diversi comparti turistici veneti con le loro associazioni devono sentirsi coinvolte e responsabili, assieme al mondo dell'istruzione e della formazione e le pubbliche amministrazioni, nello sviluppo del capitale umano (v. figura seguente).

Tutti devono condividere un processo che deve divenire maggiormente integrato e ciò significa potenziare, e di molto, la produzione, la circolazione e la condivisione di informazioni (e identificare luoghi permanenti di scambio e di integrazione) affinché si possa scegliere efficacemente dove e come investire.



**LE 5 LEZIONI APPRESE**

Quali allora le "lezioni apprese" nel 2022, attraverso i dati e le analisi presentate nell'evento dell'ottobre scorso (dai dati dell'Ufficio Scolastico Regionale a quelli della Fondazione Agnelli, della Direzione Formazione e Istruzione della Regione del Veneto e di Veneto Lavoro, alle risultanze dei focus group con dirigenti scolastici)?

Da esse occorre partire per evidenziare le esigenze e le proposte di azioni con gli attori di questo ecosistema. Gli elementi più significativi riguardano:

- la diminuzione degli studenti,
- il proseguimento degli studi da parte dei diplomati nel turismo,
- l'occupazione dei giovani nel turismo,
- la percezione degli studenti verso i corsi turistici,
- la percezione delle imprese verso i "diplomati turistici".

**LA DIMINUIZIONE DEGLI STUDENTI**

Un primo dato riguarda il calo delle iscrizioni nel Veneto agli indirizzi turistici di Istituti Tecnici e Professionali. Gli iscritti 2022/23 al 1° anno sono stati 2.173 nei tecnici turistici e 1.707 nell'enogastronomia e ospitalità alberghiera. Numeri sostanzialmente simili al precedente anno scolastico 2021/22.

Ma negli ultimi 10 anni si è registrato una diminuzione del 14% nei tecnici turistici e del 50% nei professionali turistici. Invece, sempre considerando complessivamente gli ultimi 10 anni, la flessione in tutti gli Istituti Tecnici è stata dell'1% e del 29% nei Professionali. Nell'insieme delle Scuole secondarie di secondo grado venete gli iscritti al 1° anno sono calati del 3%.

Quindi, abbastanza stabile la popolazione studentesca totale, consistente la diminuzione degli studenti degli indirizzi turistici, specie nell'ambito dell'istruzione professionale.

La prima regione turistica italiana potrà contare su un numero adeguato di giovani qualificati che vedano nel turismo il proprio sviluppo professionale e di vita, anche per contribuire a innovazione e competitività nelle imprese? Sembra difficile in questa situazione senza specifici interventi!

**IL PROSEGUIMENTO DEGLI STUDI DEI DIPLOMATI E DEI QUALIFICATI NEL TURISMO**

Negli Istituti Professionali di indirizzo turistico è limitata la tendenza dei diplomati a proseguire gli studi: il 5% si è iscritto all'università e un altro 10% è universitario ma ha o ha avuto contratti di lavoro.

Invece nei diplomati tecnici turistici il 43% si è immatricolato all'università (il 19% è solo studente, il 24 è studente ma anche è oppure è stato lavoratore).

Cosa succede per i giovani della formazione professionale regionale, dopo i 3 anni che portano alla qualifica? Il 37% continua gli studi (quindi verso il diploma statale).

Ovviamente, il proseguimento negli studi è un fattore positivo ed è una scelta dei ragazzi, che può consentire nuovi stimoli e prospettive personali e professionali. Almeno in parte è anche collegabile alla percezione dei giovani che i ruoli che possono svolgere o vengono proposti dalle imprese siano un po' sfuocati, rispetto agli studi compiuti, oppure non attrattivi o con prospettive limitate.

Rimane tuttavia il tema delle quantità e qualità delle persone da ingaggiare nei turismi veneti. Quindi, occorre operare per aumentare sia il numero complessivo di qualificati e diplomati, sia l'attrattività del settore.

**L'OCCUPAZIONE DEI GIOVANI NEL TURISMO**

Un terzo elemento riguarda l'andamento dell'occupazione nelle professioni turistiche: confrontando nel Veneto il 1° semestre 2022 con quello del 2019, l'aumento è del 2,2%: quasi 2000 assunti in più (92.460, contro 90.465). Nello stesso periodo le assunzioni complessive sono cresciute dell'8,4% (+35.815 occupati).



Esaminando le assunzioni nel turismo per età (nel confronto 2022/2019), i giovani assunti tra 15 e 29 anni sono stati quasi 4.000 in meno, -11,7%. Sono aumentati del 10,7 gli adulti tra 30 e 54 anni e del 19,8% quelli con più di 55.

Sono cresciuti del 4,6% i contratti a tempo determinato (una caratteristica dell'economia turistica) e calati del 10% quelli a tempo indeterminato. Nell'intero 2021 (ancora influenzato dalla pandemia) i contratti a tempo indeterminato nel turismo sono stati il 7,2% del totale, contro la media del 17,6% di tutti i settori.

### **LA PERCEZIONE DEGLI STUDENTI VERSO I CORSI TURISTICI**

Dai focus group realizzati con i rappresentanti di 14 scuole venete si è riscontrato che per i giovani il profilo del percorso di studio è un po' sfuocato (specie nei "tecnici turistici") e che le differenze con altri percorsi formativi di tipo liceale non sempre sono chiare. Questo tema delle "differenze" appare anche negli indirizzi alberghieri ed enogastronomici, con la possibilità che i giovani li considerino simili ai corsi triennali o quadriennali dei Centri di Formazione Professionale regionali.

Se da un lato appare corretto approfondire con analisi più ampie queste evidenze, dall'altro si pone l'esigenza di una comunicazione più incisiva e di una curvatura più specifica e specialistica del percorso tecnico turistico.

### **LA PERCEZIONE DELLE IMPRESE VERSO I "DIPLOMATI TURISTICI"**

Nei due incontri con i dirigenti scolastici è stato testimoniato anche un certo disallineamento tra domanda ed offerta, almeno in alcuni contesti e maggiormente da parte delle piccole imprese: la qualifica e la retribuzione delle posizioni offerte non sempre sono coerenti con il profilo in uscita dagli Istituti Tecnici e Professionali.

Citiamo quanto riportato nell'intervento "Relazioni e dinamiche tra giovani, scuola e aziende": "La figura del tecnico turistico non è compresa appieno e richiesta dalle imprese turistiche, soprattutto da quelle di piccole dimensioni, che offrono ai diplomati tecnici posizioni meno qualificate e meno retribuite rispetto a quelle per cui hanno studiato. Inoltre, le aziende offrono ai diplomati degli Istituti Professionali le stesse condizioni dei giovani in uscita dai CFP (uguali posizioni, uguale livello contrattuale e uguale retribuzione) anche se competenze e livello di responsabilità acquisito alla fine dei percorsi sono differenti".

Valorizzando l'approccio partecipativo tra i diversi stakeholder, è necessario porre queste riflessioni sullo sviluppo del capitale umano e sui possibili mismatch tra le esigenze e le aspettative delle parti al centro di ulteriori analisi ed azioni concrete.

### **LE 5 PROPOSTE DI MIGLIORAMENTO DEL PROCESSO DI SVILUPPO DEL CAPITALE UMANO**

Sommiamo gli elementi di cui si è parlato nell'evento di Manageritalia Veneto e Ciset: minori iscrizioni nelle scuole; scelte dei diplomati turistici non "spendibili" subito nelle imprese turistiche o che scelgono il lavoro in altri settori; più assunzioni nel turismo ma meno di giovani; percorsi turistici delle Scuole secondarie di secondo grado che portano a percezioni da parte degli studenti e da parte delle imprese parzialmente sfuocate e disallineate.

Le molte attività connesse ai turismi hanno bisogno di giovani preparati e altrettanto di imprese che li valorizzino, selezionandoli e investendo nella loro crescita professionale in azienda.

Fare turismo oggi impone una nuova competitività, sviluppare in modo forte ed estendere le relazioni con imprese dentro e fuori la filiera, ampliare i servizi, crescerne la qualità, raccogliere la sfida della digitalizzazione anche nelle piccole imprese, incrementare le reti tra aziende.

Il dinamismo occupazionale dimostrato nel Veneto nel primo semestre 2022 rispetto al primo semestre 2019 nei settori manifatturieri (+16,8% di assunzioni), nei servizi alla persona (+29,7%), nel terziario avanzato (+16,2%) ed anche nel commercio (+6,2%) rappresenta una sfida per i turismi veneti in fatto di attrattività delle persone.

Dalle “lezioni apprese” dal tema “GIOVANI, FORMAZIONE, LAVORO” derivano quindi 5 esigenze di miglioramento o proposte di azioni possibili su cui coinvolgere tutti gli stakeholder:

1. rafforzare (e condividere) le informazioni,
2. progettare insieme scuole ed imprese,
3. estendere l'orientamento scolastico,
4. trasmettere il valore ed i valori dei turismi,
5. coinvolgere nella formazione turistica disoccupati veneti e NEET.

## **1. RAFFORZARE (E CONDIVIDERE) LE INFORMAZIONI**

L'approccio partecipativo alla base del Progetto di Manageritalia Veneto e del Ciset ha come primo elemento quello di condividere le informazioni, per meglio operare le scelte.

Ci si è resi conto che sul tema del capitale umano e del turismo le informazioni non sono né ampie né condivise in modo sufficiente tra i molti attori che intervengono nel “processo di sviluppo del capitale umano”, in specie con riferimento ai giovani.

E' stata importante la collaborazione assicurata – tra gli altri – da Fondazione Agnelli, CRISP dell'Università Milano Bicocca, Ufficio Scolastico Regionale, Veneto Lavoro. Ora è opportuno spingere tutti gli stakeholder a continuare a raccogliere e consolidare le informazioni, a promuoverne lo sviluppo estendendone la condivisione, partendo da un soggetto preciso di raccordo.

In questa direzione l'Assessorato regionale all'Istruzione Formazione Lavoro potrebbe incaricare Veneto Lavoro di coordinare una sistematica raccolta di dati, ricercando accordi con la Fondazione Agnelli ed il CRISP per una omogeneizzazione delle informazioni sugli sbocchi occupazionali dei diplomati dal settore turistico, estendendo poi l'analisi – con gli stessi indicatori – anche ai diplomati dell'ITS turismo e agli allievi qualificati dai corsi della Formazione professionale iniziale.

Veneto Lavoro potrebbe inoltre dar vita ad un Comitato di coordinamento informativo con le Associazioni di categoria e professionali, con altri soggetti che possono mettere in comune dati ed analisi già esistenti, come ad esempio l'Osservatorio sul Mercato del Lavoro nel Turismo (promosso da Federalberghi e FIPE, che contiene anche i dati sulle retribuzioni per comparto a livello regionale), con centri di ricerca.

Anche una sinergia con l'OTRF (Osservatorio Turistico Regionale Veneto Federato) potrebbe essere utilmente sviluppata per rafforzare la divulgazione e l'utilizzo dei dati da parte degli operatori, per supportare le proprie scelte di investimento e ricerca del personale.

## **2. PROGETTARE INSIEME SCUOLE ED IMPRESE**

Occorre assicurare una forte spinta al dialogo tra Scuole, Imprese e loro Associazioni anche per riflettere su informazioni e percezioni in parte non complete od errate sia dei giovani che delle aziende, ed operare sulla coprogettazione formativa, anche per ridefinire alcune professioni.

Dai focus group sono emersi precisi segnali di attenzione: “disallineamento” tra alcune posizioni offerte e profili in uscita; l'esigenza di percorsi scolastici che tengano conto di nuove esigenze e professionalità; l'aggiornamento dei docenti che può esser supportato dalle aziende e viceversa.

Va indubbiamente ricordato che ci sono competenze professionali acquisibili (in buona parte o parzialmente) nei contesti scolastici e competenze più legate all'accompagnamento e all'esperienza in azienda.

Tuttavia, è rilevante il tema di una “curvatura” diversa, con più contenuti collegati alle tecnologie digitali, a tecniche avanzate di relazione con i clienti e di cultura dell'ospitalità, all'integrazione maggiore tra turismi, beni culturali ed ambientali. Anche rivolti alla costruzione di nuovi profili qualificati.

L'Ufficio Scolastico Regionale per il Veneto potrebbe costruire un Gruppo di lavoro con rappresentanti degli Istituti Tecnici e Professionali attivi nelle professioni turistiche, rappresentanti di imprese e Associazioni di categoria.

Tale Gruppo di lavoro potrebbe:

- *promuovere una consultazione on line di tutte le scuole attive nei campi del turismo, per verificare le esigenze di miglioramento riscontrate o ipotizzate in tema di contenuti formativi,*
- *coinvolgere gli Enti bilaterali del turismo affinché realizzino e/o mettano in comune le analisi sulle competenze richieste dalle aziende alle diverse figure professionali collegate al turismo,*
- *costruire un documento condiviso di indicazioni specifiche di qualificazione dei percorsi da proporre all'attenzione e alle scelte autonome di programmazione degli Istituti scolastici.*

### **3. ESTENDERE L'ORIENTAMENTO SCOLASTICO E L'ACCOMPAGNAMENTO AI PRIMI ANNI DI IMPIEGO**

*Il tema dell'orientamento scolastico e di una narrazione diversa dei mestieri del turismo risulta essenziale: un preciso investimento va compiuto in questo campo, intervenendo in vari momenti del percorso formativo dei giovani, dalla scelta dopo la scuola media ai primi anni di impiego. Bisogna intervenire infatti in uscita dalla scuola media, ma poi anche nel passaggio dal biennio al triennio della scuola secondaria di secondo grado, proprio per favorire una migliore conoscenza delle differenze tra i diversi istituti e percorsi di studio superiori e una consapevolezza nella scelta.*

*E ciò ancora non basta: è indispensabile, sia per i giovani che per le imprese, un orientamento post diploma che serva subito ad accrescere nei diplomati dei vari indirizzi (anche dei licei) l'interesse per la prosecuzione in ulteriori livelli di formazione specifica e qualificata nel turismo e/o l'avvio di esperienze di lavoro e di carriera nell'ambito.*

*Occorre un orientamento innovativo sul piano dei contenuti e della metodologia: informativo, formativo e attitudinale, che si avvalga di testimoni dal mondo delle imprese e di una narrazione di storie positive (in proposito si veda il successivo punto 4), nonché un più stretto contatto tra scuole e imprese nell'avvio al lavoro e nell'accompagnamento nei primi anni.*

*L'Assessorato regionale all'Istruzione Formazione Lavoro e l'Ufficio Scolastico Regionale per il Veneto potrebbero attivare un Gruppo, con rappresentanti degli Istituti scolastici, dell'Academy Turismo Veneto, delle Associazioni di categoria e degli EBT, che elabori proposte di rafforzamento e di qualificazione dell'orientamento nel campo delle professioni turistiche.*

*Ciò dovrebbe poi portare a realizzare un progetto speciale poliennale, da attivare nelle scuole assieme alle imprese, alle loro organizzazioni e alle Associazioni dei manager del turismo.*

*Risulta fondamentale affrontare l'orientamento alle professioni turistiche coinvolgendo tutti i soggetti, non solo gli studenti, perché occorre intervenire sulle percezioni attuali dei giovani e delle loro famiglie, ma anche delle imprese.*

### **4. TRASMETTERE IL VALORE ED I VALORI DEI TURISMI**

*La problematica del riconoscimento sociale delle professionalità turistiche e della valorizzazione delle aspirazioni dei giovani da parte delle imprese (con cambiamenti anche nell'organizzazione del lavoro) è emersa con forza nelle analisi del 1° anno del Progetto quadriennale "TURISMO: GIOVANI, IMPRESE, LAVORO. Il Veneto verso Milano Cortina 2026".*

*Si pone quindi l'esigenza di uno storytelling differente che trasmetta il valore che il turismo crea nel Veneto, il forte legame con i suoi territori e la sinergia con le altre attività sociali ed economiche, le opportunità di lavorare e di fare impresa, l'evoluzione e la sfida dell'innovazione verso un turismo sostenibile, inclusivo, di elevata qualità.*

*Per questo l'Assessorato regionale all'Istruzione Formazione Lavoro può incaricare Veneto Lavoro di produrre una narrazione realistica, corretta ed equilibrata e quindi fuori dai luoghi comuni, del mondo dei mestieri e delle professioni in ambito turistico e della loro evoluzione. Senza nascondere le difficoltà e le sfide attuali, ma dando consapevolezza dell'evoluzione delle diverse professionalità nel e per il turismo e delle opportunità in questo campo così vasto e variegato.*

*I contenuti potrebbero essere suggeriti dal gruppo proposto sull'orientamento scolastico (v. il punto 3) ed essere realizzati con diversi formati narrativi e di comunicazione. L'obiettivo è di disporre di prodotti di comunicazione (video, documenti, contenuti fruibili nel web e sui social, ecc.) utili a diffondere una rappresentazione realistica del presente e, soprattutto, del futuro dei turismi, e a supportare le azioni di orientamento scolastico e al lavoro.*

#### **5. COINVOLGERE NELLA FORMAZIONE TURISTICA DISOCCUPATI VENETI E NEET**

*Un progetto di formazione specifico e di accompagnamento ai lavori collegati alle professioni turistiche può essere avviato, sperando che i tempi possano essere utili anche per rispondere ai fabbisogni della stagione turistica 2023.*

*Un progetto riservato ai disoccupati ed a chi non studia né lavora, i NEET, e si trova ai margini del mercato del lavoro regionale.*

*L'Assessorato regionale all'Istruzione Formazione Lavoro potrebbe attivare la competente Direzione per definire insieme alle Associazioni di categoria del turismo veneto gli ambiti e le figure professionali per i quali è opportuno costruire precisi contenuti formativi affiancati da precisi percorsi di accompagnamento al lavoro e alla vita attiva.*

*Tale progetto sarà poi da realizzare attraverso il sistema degli avvisi pubblici, cui potranno partecipare gli Enti formativi accreditati.*



## **Allegato: PREMIO PER TESI DI LAUREA SU “TURISMO: GIOVANI, IMPRESE, LAVORO”**

Il Progetto quadriennale di Manageritalia Veneto e Ciset prevede anche uno specifico Premio per tesi di laurea triennali e magistrali su studi e casi di imprese del turismo o di attività connesse.

Ci saranno 3 edizioni del Premio, riservato a studenti delle Università situate nel Veneto, nel Friuli-Venezia Giulia e nel Trentino-Alto Adige: la prima con scadenza il 31 agosto 2023. La seconda e la terza con le stesse scadenze nel 2024 e 2025.

L'obiettivo è valorizzare le analisi e gli studi di giovani sulle tematiche dei turismi, anche per stimolare le nuove generazioni a vedere nelle diverse attività collegate al turismo il proprio sviluppo professionale e di vita, ma anche di innovazione e di crescita competitiva per le imprese e gli attori pubblici e privati dei vari territori.

In ogni edizione è prevista l'assegnazione di 2 premi per tesi di laurea magistrali e di 2 premi per tesi triennali. I premi per tesi magistrale ammontano a 3.000 (tremila/00) euro ciascuno, al lordo delle ritenute previste per legge; quelli per tesi triennali a 2.000 (duemila/00) euro lordi ciascuno.

Le tesi dovranno specificatamente focalizzarsi su uno o più dei seguenti dei temi:

- studi e casi di imprese del turismo (o di attività connesse al turismo) che hanno innovato le strategie e pratiche di gestione delle risorse umane e del capitale umano (investimento nell'inserimento e nell'apprendimento dei giovani, diversificazione/creazione di figure professionali, innovazioni nel *recruitment*, nei percorsi di carriera, ecc.),
- studi e casi di imprese del turismo che hanno realizzato progetti di integrazione e sinergie con altri ambiti di attività (imprese di beni e servizi tradizionali o innovativi, come nel campo della tecnologia e del digitale); eccellenze del *made in Italy* e dei territori; associazioni di giovani-cooperative-società, ecc.) per migliorare/integrare i servizi offerti al cliente, la *customer experience*, la comunicazione, la distribuzione,
- studi e casi di nuova imprenditorialità giovanile e/o avvio di *start-up* nel turismo (o in attività connesse al turismo),
- studi e casi sul rapporto tra turismo e cultura, partendo da casi di imprese private o pubbliche e/o pubbliche amministrazioni, oppure da casi di valorizzazione sostenibile di potenzialità turistiche di specifici territori.

Le tesi saranno esaminate da una Commissione di imprenditori, manager, docenti ed esperti del turismo, tenendo conto di tre criteri:

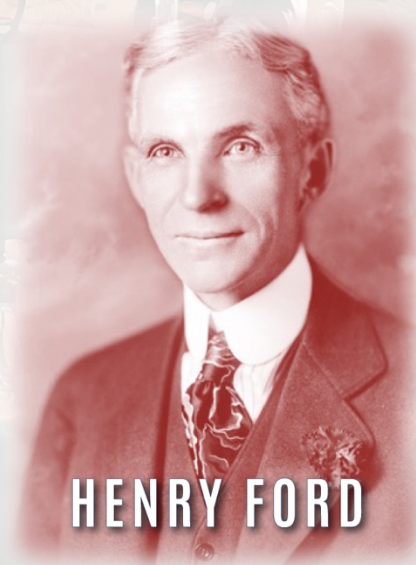
- coerenza: *livello di aderenza* dei contenuti ai temi proposti dal Premio, *livello di approfondimento* realizzato nella presentazione degli studi e dei casi,
- innovazione ed originalità: presenza nell'elaborato di *elementi di discontinuità, di novità, di originalità* (rispetto a studi e casi conosciuti in letteratura e nei media) nelle politiche delle imprese studiate, nel rapporto tra turismo e cultura, tra pubblico-privato e nella valorizzazione di territori. Tutto ciò al fine di costituire stimolo all'innovazione per le imprese, e in particolare politiche applicabili alle piccole e medie aziende,
- rigore metodologico: qualità e quantità delle indagini *desk e/o field*, delle evidenze empiriche raccolte, delle attività di analisi svolte per elaborare la tesi.

Tutte le info, i temi per le tesi di laurea e le indicazioni per la domanda di partecipazione, sul sito di Manageritalia: <https://bit.ly/premitelaurea-turismo-giovani-imprese-lavoro>.

**Riunirsi insieme  
significa iniziare.**

**Rimanere insieme  
significa progredire.**

**Lavorare insieme  
significa avere successo.**



**HENRY FORD**