

Focus Report

Fabbisogno di formazione e incontro tra domanda e offerta nel settore turistico

Varese, 25 maggio 2022

osservatorio.entibilaterali.va.it



Fabbisogno di formazione e incontro tra domanda e offerta

IL CAMPIONE

IL CAMPIONE INTERVISTATO

Imprese, Lavoratori e Scuole

L'indagine è stata effettuata su un campione di «**104 imprese**» e «**90 lavoratori**» del settore turistico della provincia di Varese, e integrata attraverso colloqui di approfondimento con i rappresentanti di «**9 istituti scolastici**» tecnici e professionali del territorio.



IMPRESE

- **DIMENSIONI**
≤ di 10 addetti (89%)
- **ANNI DI ATTIVITÀ**
≤ di 20 anni (69%)
- **SETTORE TURISTICO**
Bar e ristoranti (81%)
Strutture ricettive (12%)
Agenzie di viaggi (3%)
Mense e catering (1%)
Altro (3%)



LAVORATORI

- **GENERE**
Donne (88%)
- **ETÀ**
30 - 50 anni (99%)
- **TITOLO DI STUDIO**
Scuola secondaria di 2° grado (60%)
- **SETTORE LAVORATIVO**
Bar e ristoranti (38%)
Mense e catering (34%)
Strutture ricettive (17%)
Agenzie di viaggi (2%)
Organizzazione eventi (1%)
Altro (8%)



SCUOLE

- **RAPPRESENTANTI**
Presidi, coordinatori e docenti
- **INDIRIZZO**
Ristorazione (34%)
Alberghiero (22%)
Economico per il turismo (22%)
Promozione turistica (11%)
Animazione turistica (11%)





Fabbisogno di formazione e incontro tra domanda e offerta

IL PERCORSO DI FORMAZIONE

LA FORMAZIONE SCOLASTICA

Offerta scolastica attuale

Nell'ambito del settore turistico, l'offerta scolastica del territorio è molto variegata. Oltre alla normale attività didattica, si promuovono incontri con professionisti, attività pratiche e corsi di approfondimento. **L'83% degli studenti trova lavoro entro i 24 mesi dal diploma.**



ESPERIENZE DI CONFRONTO

- ✓ Incontri con aziende del settore
- ✓ Incontri con professionisti
- ✓ Incontri con Associazioni di Categoria



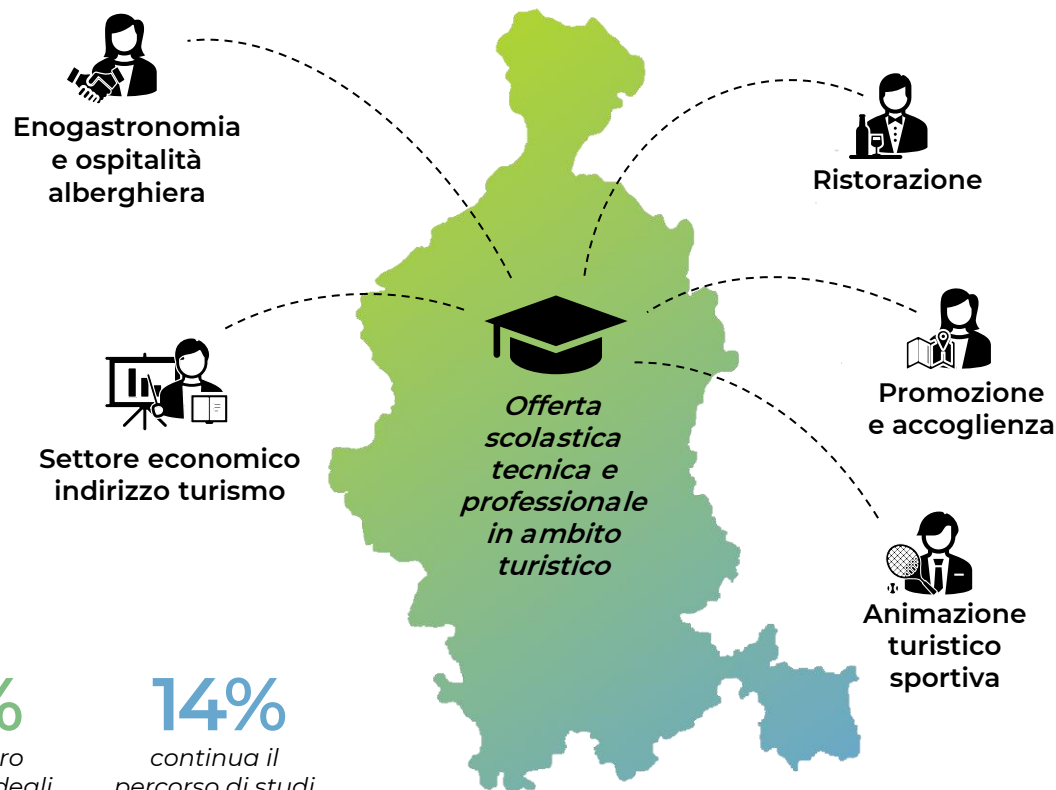
ATTIVITÀ INTEGRATE

- ✓ Corsi di approfondimento pomeridiani
- ✓ Ristorante in loco con servizio di cucina e sala
- ✓ Attività di Delivery e Catering



CORSI EXTRA-SCOLASTICI

- ✓ Creazione di un itinerario da promuovere
- ✓ Creazione di un nuovo prodotto da vendere
- ✓ Utilizzo software di prenotazione alberghiera



% di studenti che

83%
trova lavoro entro i 24 mesi dal diploma

56%
trova lavoro nell'ambito degli studi effettuati

14%
continua il percorso di studi dopo il diploma



LA FORMAZIONE SCOLASTICA

PCTO e Alternanza Scuola-Lavoro, Stage-Tirocinio

Tutti gli istituti scolastici intervistati attivano percorsi di PCTO, Alternanza Scuola-Lavoro e/o Stage-Tirocinio, principalmente in aziende della provincia. Nella maggior parte dei casi, **la ricerca è gestita in autonomia e sarebbe gradito un supporto esterno.**



QUANDO VENGONO ATTIVATI

- ✓ Durante l'anno scolastico, all'interno del percorso formativo
- ✓ Nella pausa estiva o invernale, in alcuni casi solo su base volontaria



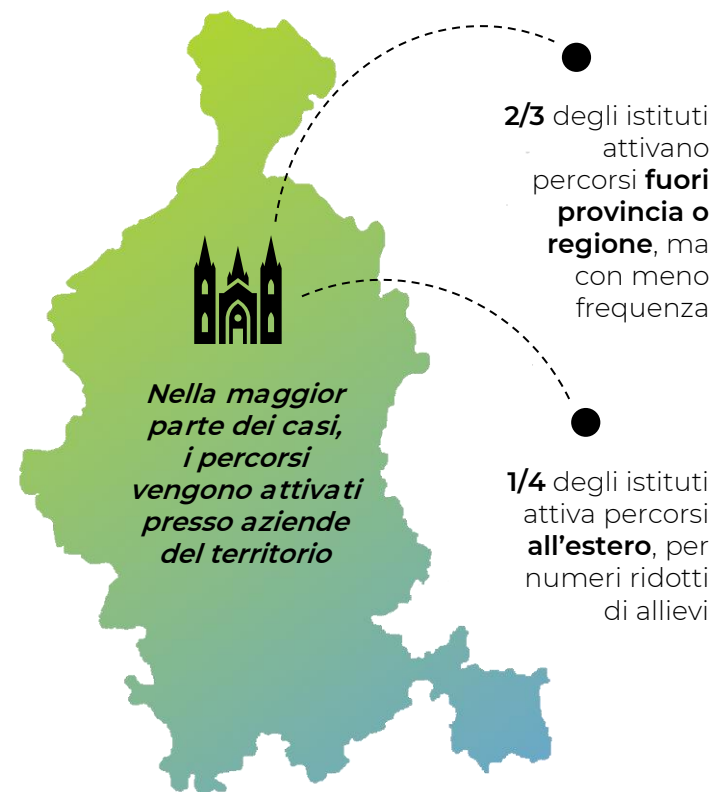
IN COLLABORAZIONE CON CHI

- ✓ Nei 2/3 degli istituti la ricerca delle aziende è gestita in autonomia
- ✓ Più sporadicamente, con l'aiuto delle Associazioni di Categoria (CCIAA, Enti Bilaterali, Confcommercio, Confesercenti) o dei Comuni
- ✓ In particolare le scuole pubbliche gradirebbero maggiore aiuto



IN QUALI TIPOLOGIE DI AZIENDE

- ✓ Strutture ricettive (alberghi, resort)
- ✓ Attività di ristorazione (bar, ristoranti, agriturismi, mense)
- ✓ Viaggi e animazione (agenzie, guide turistiche, centri estivi, villaggi)
- ✓ Strutture di accoglienza (RSA, SFA, case di riposo, ospedali)
- ✓ Eventi e cultura (organizzazione eventi, musei, ludoteche)
- ✓ Istruzione (scuole materne, asili nido)
- ✓ Altre



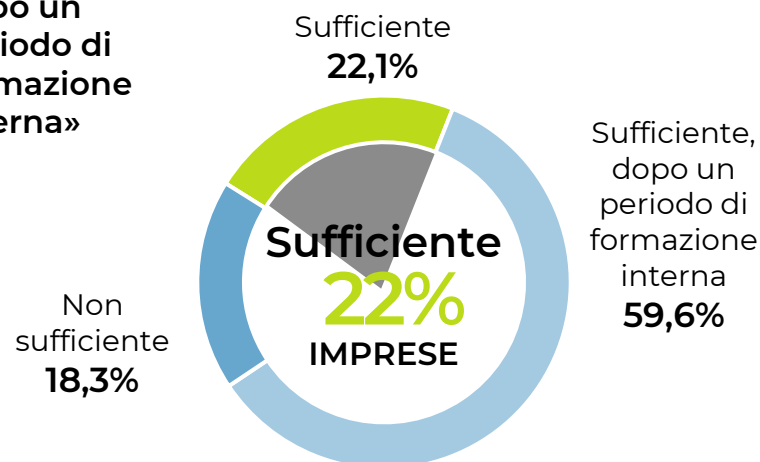
LA FORMAZIONE SCOLASTICA

Utilità della formazione scolastica

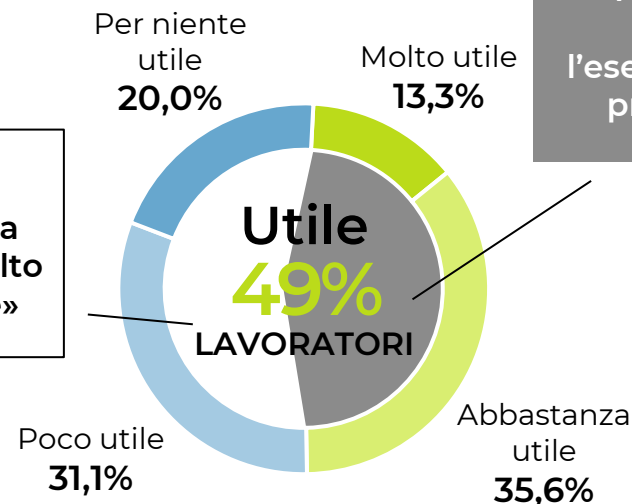
Per il 44% dei lavoratori «non è stata propedeutica al lavoro che svolgono» e per il 34% «ha fornito solo le basi per la professione». La maggior parte delle imprese prevede un **«ulteriore periodo di formazione interna dopo l'assunzione»**.

Come viene considerata la «formazione scolastica» conseguita, dal mondo lavorativo?

Il 60% delle imprese la ritiene «sufficiente, dopo un periodo di formazione interna»



«Non è stata propedeutica al lavoro svolto attualmente»



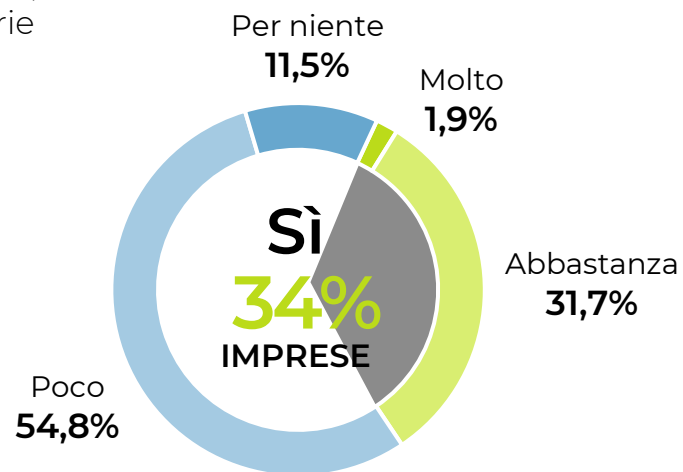
LA FORMAZIONE SCOLASTICA

Efficacia dell'offerta scolastica attuale

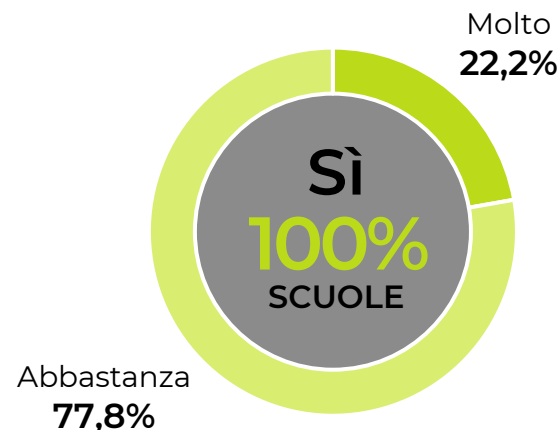
Solo il 34% delle imprese ritiene che l'offerta scolastica attuale sviluppi competenze turistiche «molto» (1,9%) o «abbastanza» (31,7%) adeguate alle proprie esigenze. **Esiste un mismatch tra IMPRESA e SCUOLA?**

L'offerta scolastica attuale sviluppa competenze turistiche adeguate alle esigenze delle imprese?

Il 55% delle imprese la ritiene «**poco adeguata**», alle proprie esigenze



Il 78% degli istituti la ritiene «**abbastanza adeguata**», alle esigenze delle imprese

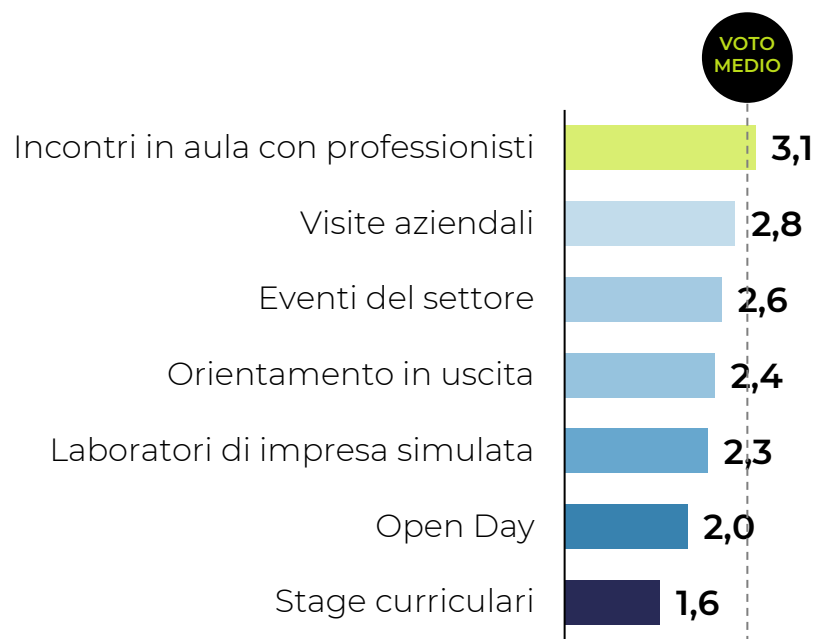


LA FORMAZIONE SCOLASTICA

Cosa migliorare nella proposta formativa

In una scala da 1 a 5, gli istituti scolastici intervistati ritengono di **«non poter migliorare di molto» (2,8) nell'attività di preparazione dei giovani**, per favorire le loro opportunità di ingresso nel mercato del lavoro. La proposta formativa è già buona.

Quali attività, tra quelle proposte, gli istituti dovrebbero ancora migliorare?



Temi da integrare all'interno dei programmi formativi, nell'ambito dell'autonomia scolastica

PROMOZIONE E MARKETING

- ✓ «Promozione turistica» digitale e non
- ✓ Consapevolezza dell'«offerta del territorio»
- ✓ Tecniche di «marketing territoriale»
- ✓ «Web marketing assistant»

GESTIONE E AMMINISTRAZIONE

- ✓ Utilizzo «software di settore» (fatture, prenotazioni, ...)
- ✓ «Organizzazione eventi» in ambito congressuale

RISTORAZIONE

- ✓ «Macelleria» in ambito enogastronomico
- ✓ «Cucina vegana e molecolare» in ambito gastronomico
- ✓ Nuove «tecniche di cucina»
- ✓ «Sala bar in ambito pasticceria»

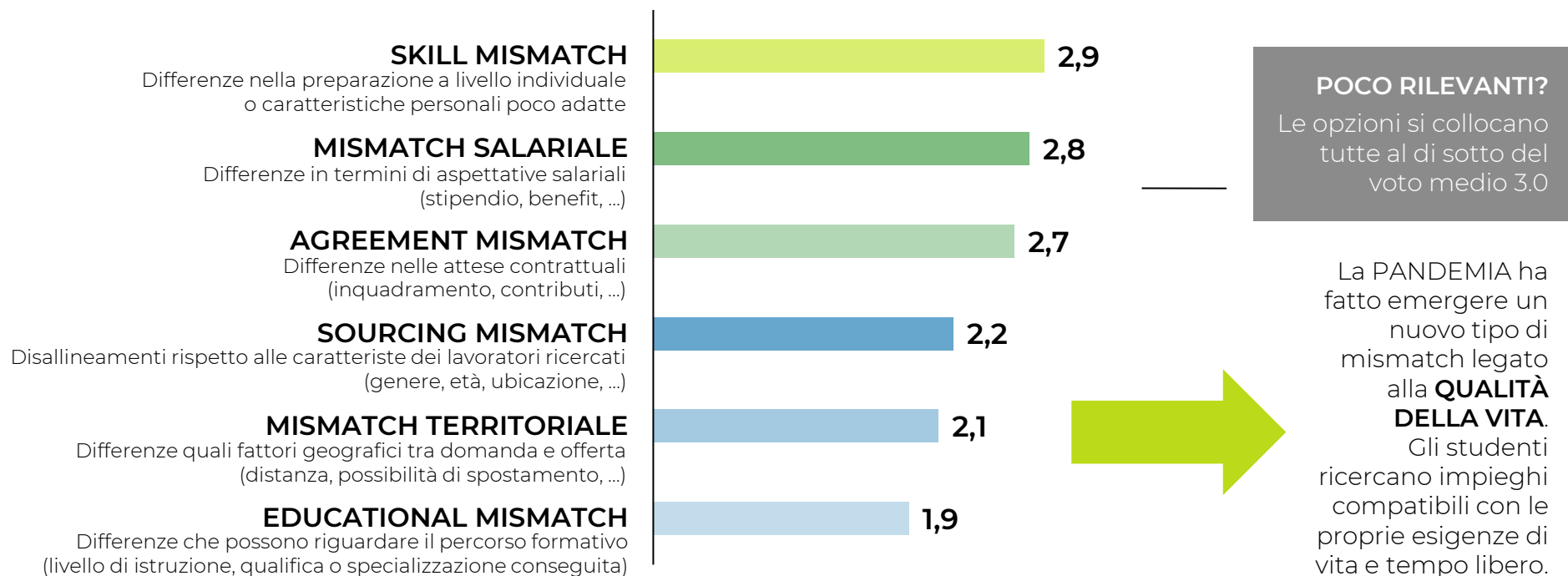


LA FORMAZIONE SCOLASTICA

Mismatch tra domanda e offerta di lavoro

Posto che il mismatch tra domanda e offerta di lavoro è un fenomeno multidimensionale, secondo l'esperienza delle scuole, ad incidere maggiormente sono le differenze in termini di «**caratteristiche personali**» e di «**aspettative salariali e contrattuali**».

Da quali cause è determinato il mismatch tra domanda e offerta di lavoro?



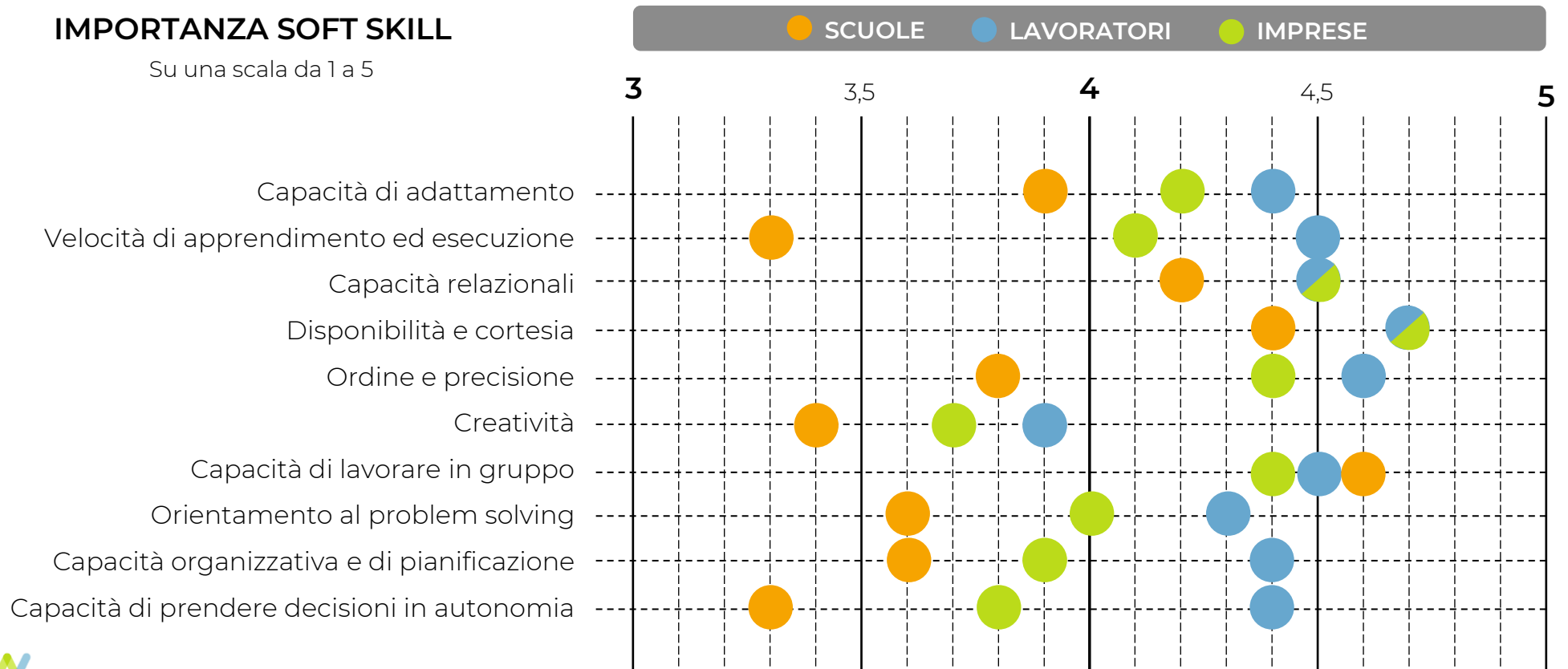
LE SOFT SKILL

Importanza dello sviluppo delle soft skill

Le più richieste dalle imprese: «Disponibilità e cortesia», «Capacità relazionali», «Ordine e precisione» e «Capacità di lavorare in gruppo». **La Scuola ha difficoltà nel favorire il loro sviluppo?** Molto dipende dall'indole personale.

IMPORTANZA SOFT SKILL

Su una scala da 1 a 5



LE SOFT SKILL

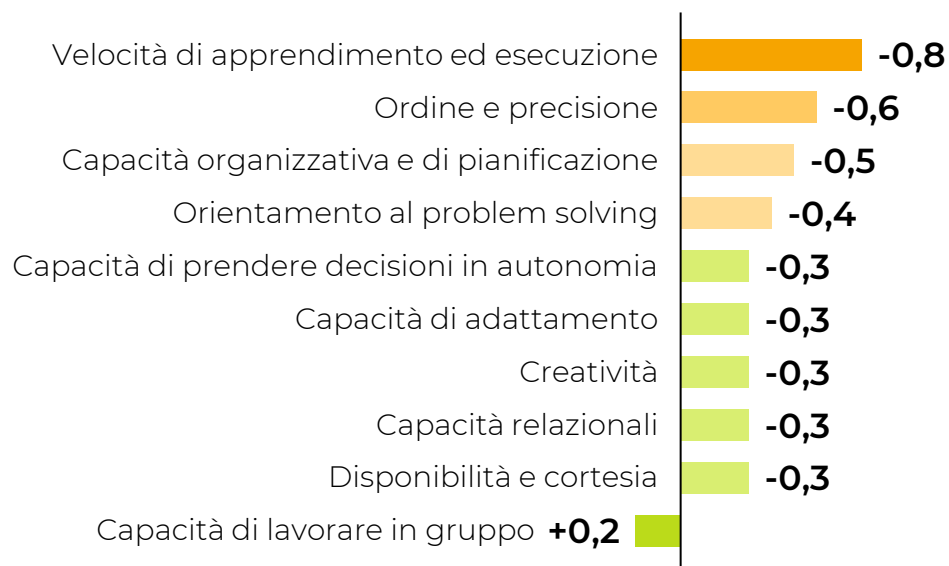
Gap nello sviluppo delle soft skill

I lavoratori ritengono più importanti delle imprese le Soft Skill (in particolare «Capacità di prendere decisioni in autonomia» e «Capacità organizzativa e di pianificazione»), la scuola meno (in particolare «Velocità di apprendimento ed esecuzione» e «Ordine e precisione»)

● SCUOLE ● LAVORATORI ● IMPRESE

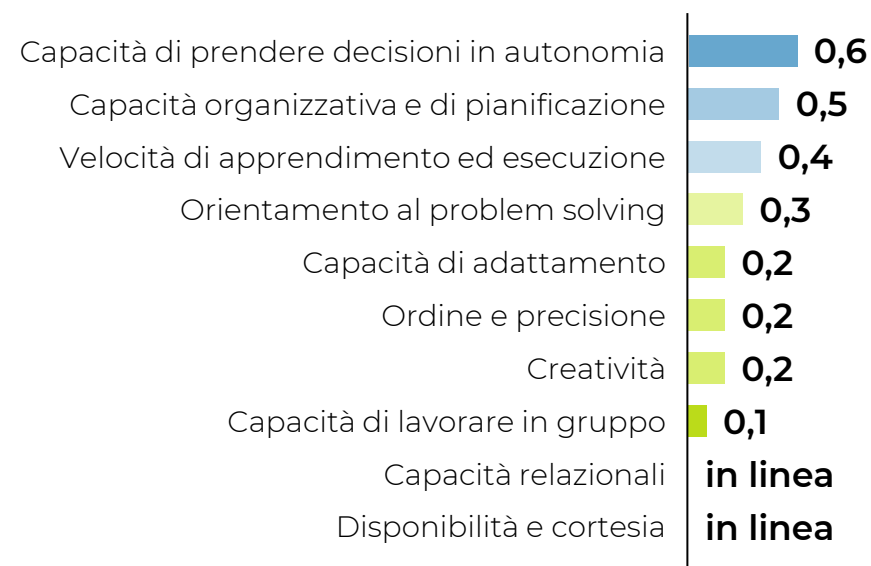
GAP «SCUOLE – IMPRESE»

Su una scala da 1 a 5



GAP «LAVORATORI – IMPRESE»

Su una scala da 1 a 5

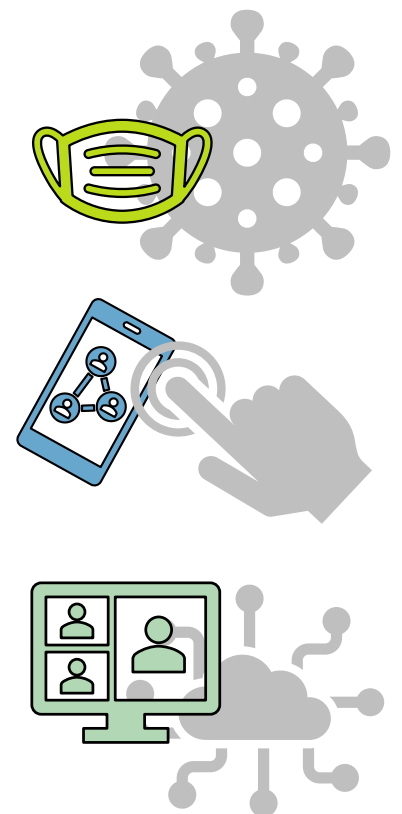
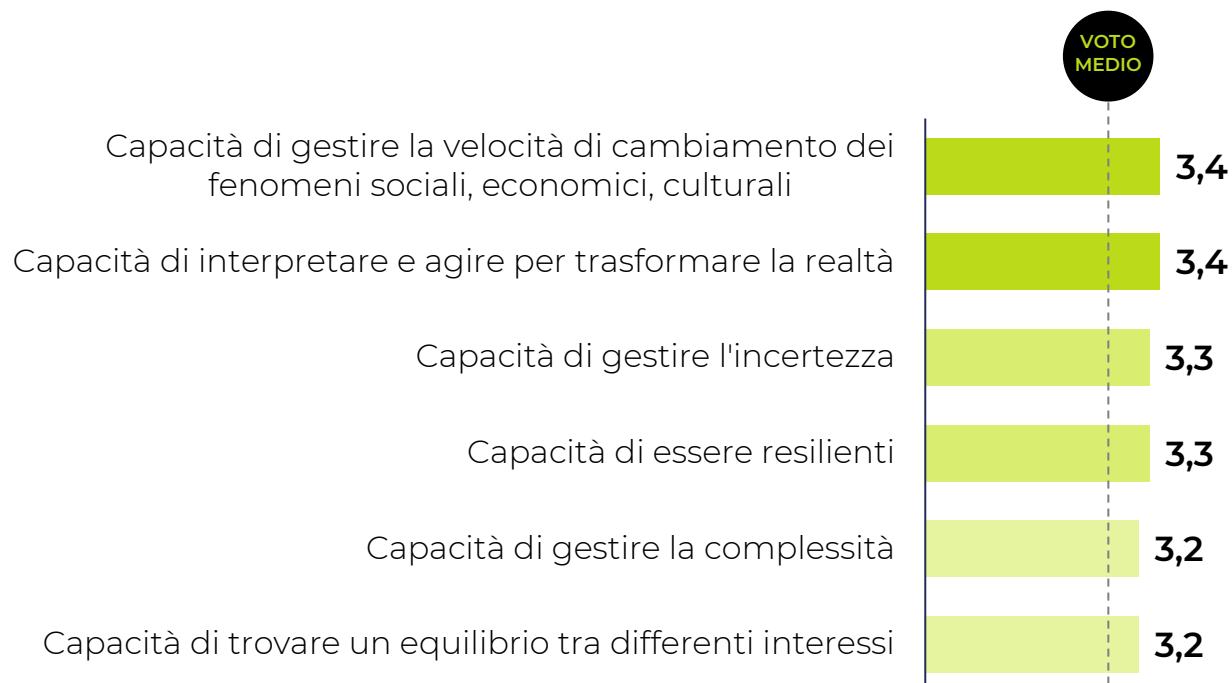


DALLE SKILL ALLE COMPETENZE

Passaggio dal «saper fare» al «saper fare integrato»

Su una scala da 1 a 5, le scuole si sentono «molto preparate» (4.2) nel favorire il **passaggio dalle skill alle competenze** e «abbastanza preparate» (3.7) nel favorire **processi di integrazione di saperi tecnico/scientifici e umanistici**.

Quanto sono preparate le scuole, nel favorire nei giovani le competenze del futuro?





Fabbisogno di formazione e incontro tra domanda e offerta

LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

LA FORMAZIONE PROFESSIONALE

Utilità della formazione professionale per le imprese

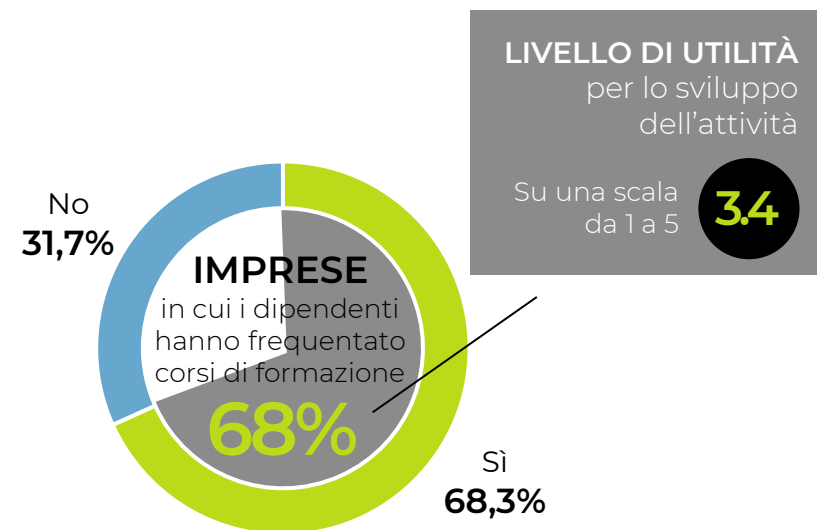
Su una scala da 1 a 5, **le imprese ritengono molto importante (3.9) la formazione professionale dei propri dipendenti**, al fine di alzare il livello delle competenze acquisite e di favorire lo sviluppo dell'attività.

IMPORTANZA PER LE IMPRESE

Su una scala da 1 a 5



Livello di efficacia dei corsi di formazione professionale a cui hanno partecipato i dipendenti



LA FORMAZIONE PROFESSIONALE

Utilità della formazione professionale per i lavoratori

Il 66% dei lavoratori ha intrapreso **percorsi di formazione professionale**, ma **in buona parte solo per imposizione**. Tra i principali: «Aggiornamento professionale», «Formazione online», «Specializzazione» e «Tirocinio, apprendistato, praticantato».

Lavoratori che hanno intrapreso percorsi di formazione professionale, nel corso della loro carriera lavorativa



PRINCIPALI PERCORSI INTRAPRESI



LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Competenze più importanti e allineamento tra attori

Ai primi 3 posti, per tutti gli attori, le competenze «Comunicative e relazionali», «Organizzative e gestionali» e «Psicologiche». **Maggiori disallineamenti** nelle competenze «Comunicative e relazionali», «Informatiche» e «Tecniche».

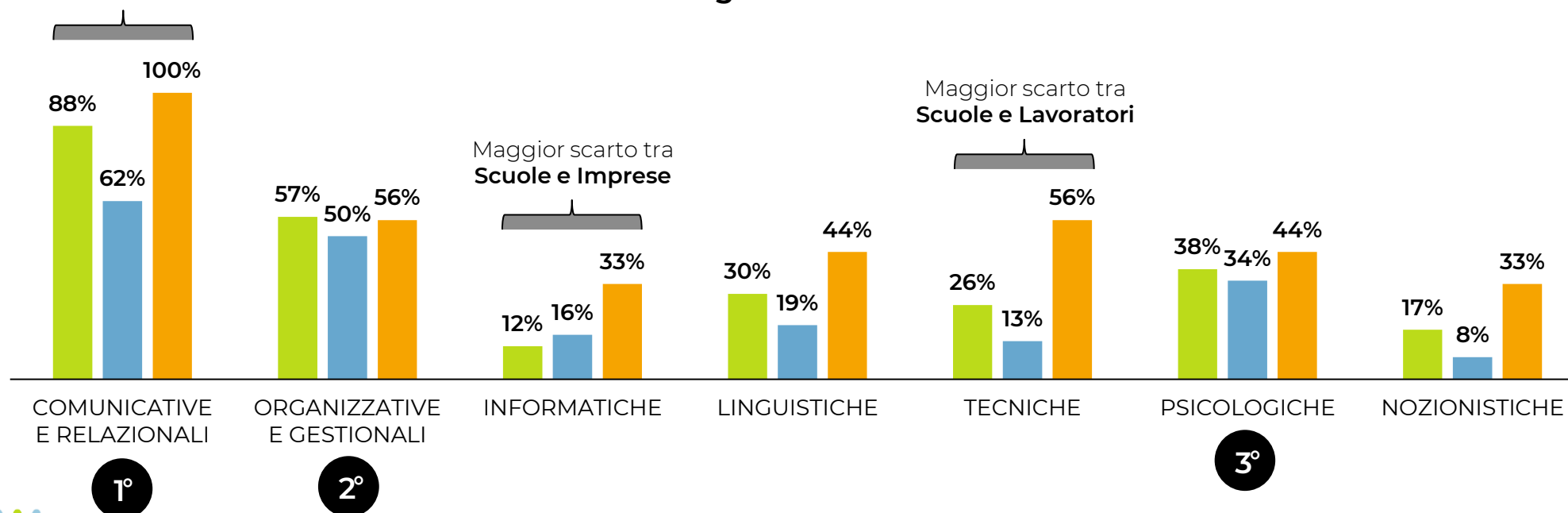
● IMPRESE ● LAVORATORI ● SCUOLE

Competenze ritenute più importanti, ai fini dello svolgimento dell'attività

Maggior scarto tra
Imprese e lavoratori

Maggior scarto tra
Scuole e Lavoratori

Maggior scarto tra
Scuole e Imprese



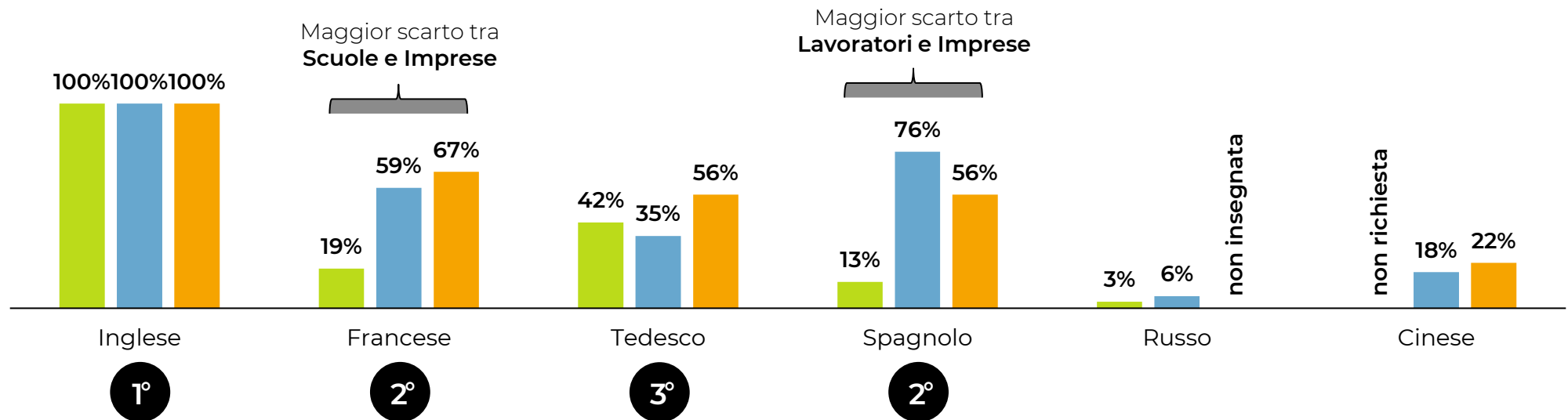
LE COMPETENZE LINGUISTICHE

Lingue più richieste, apprese e insegnate

Le lingue ritenute più importanti, dal complesso degli attori: «Inglese», «Francese e Spagnolo» e «Tedesco». **Maggiori disallineamenti** nell'utilità di «Francese» e «Spagnolo», ritenuti più importanti da Scuole e Lavoratori, rispetto alle Imprese.

● IMPRESE ● LAVORATORI ● SCUOLE

Competenze linguistiche ritenute più importanti,
ai fini dello svolgimento dell'attività



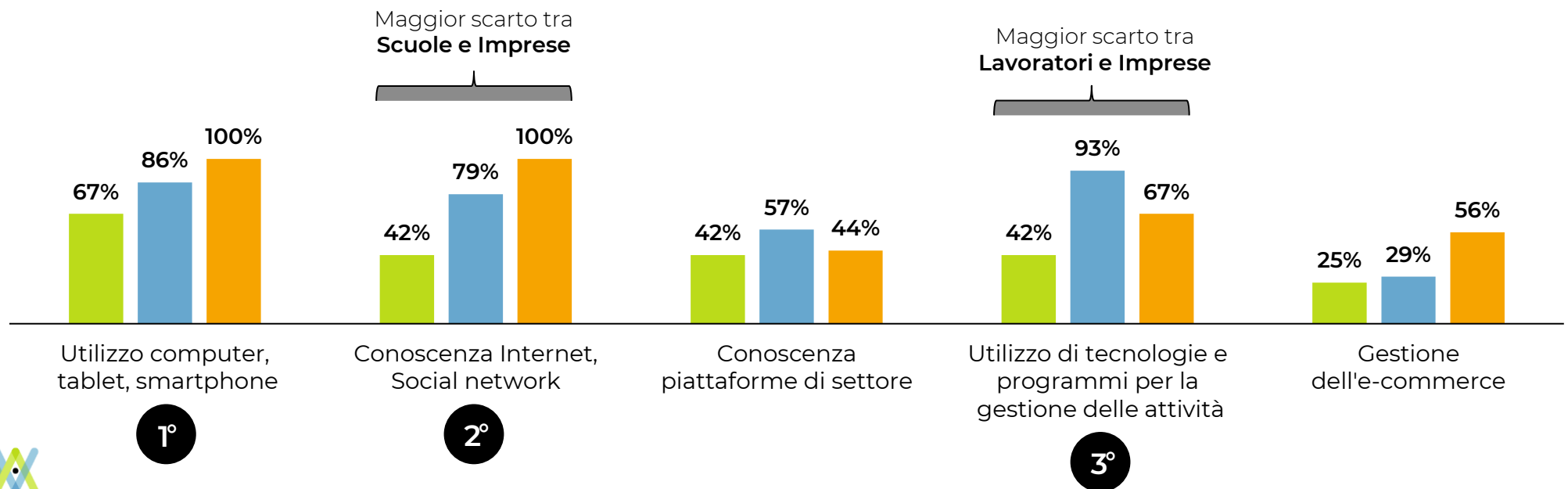
LE COMPETENZE INFORMATICHE

Conoscenze più richieste, acquisite e impartite

Le conoscenze informatiche ritenute più importanti, dal complesso degli attori: «Dispositivi», «Internet e Social» e «Software gestionali». **Maggiori disallineamenti** su «Internet e Social» e «Software gestionali», dove le competenze superano le richieste.

● IMPRESE ● LAVORATORI ● SCUOLE

**Competenze informatiche ritenute più importanti,
ai fini dello svolgimento dell'attività**



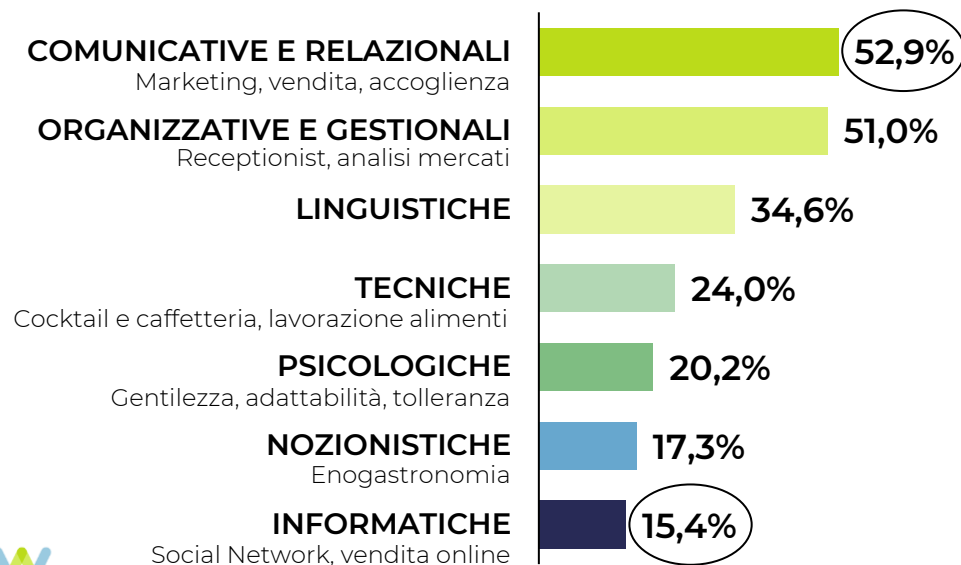
LO SVILUPPO DELLE COMPETENZE

Competenze da migliorare per imprese e lavoratori

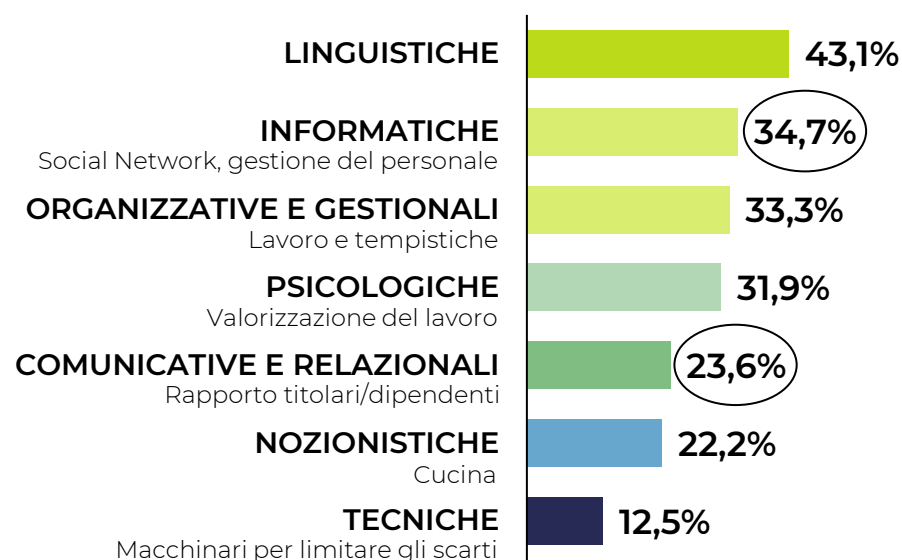
Competenze «Comunicative e relazionali» e «Organizzative e gestionali» **per le imprese**, «Linguistiche» e «Informatiche» **per i lavoratori**. Si evidenziano i **due pesi diversi** attribuiti all'importanza di migliorare quelle «Comunicative e relazionali» e quelle «Informatiche».

COMPETENZE DA MIGLIORARE rispetto all'attuale livello di formazione

IMPRESE



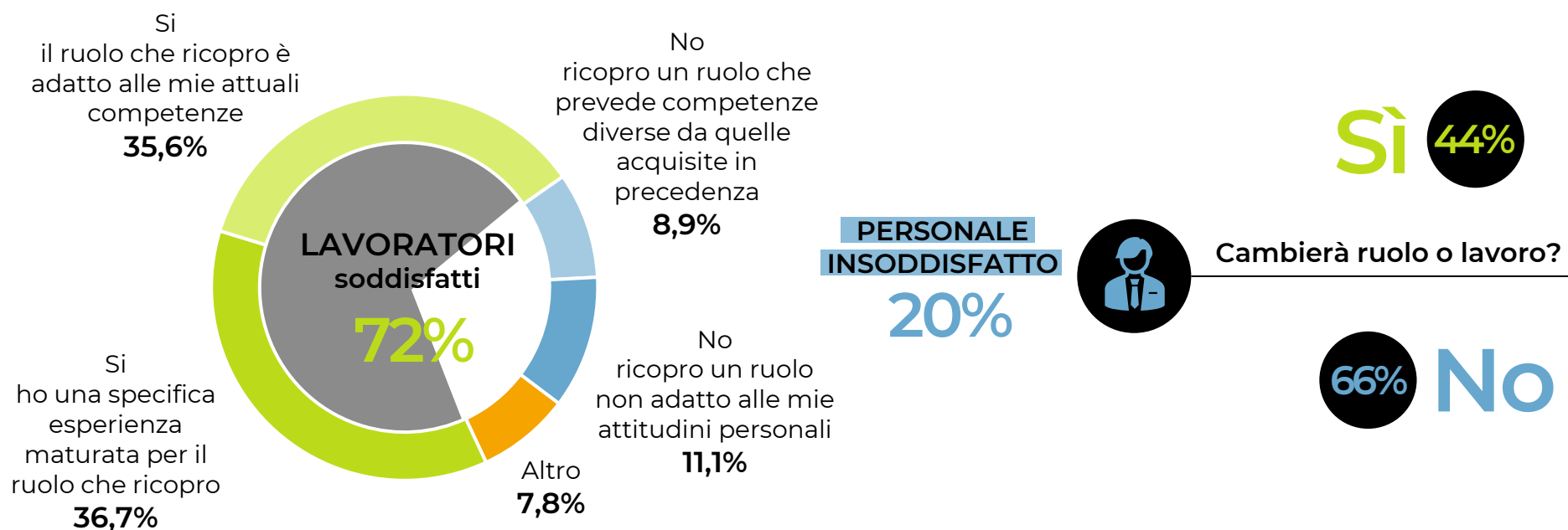
LAVORATORI



LA SODDISFAZIONE NEL LAVORO

Riconoscimento delle competenze

Il 72% del personale ritiene che l'azienda per cui lavora sfrutti a pieno le sue competenze, mentre **il 20% ritiene di «non avere un ruolo adatto alle proprie competenze o attitudini personali»**. Tra questi, il 44% pensa di cambiare ruolo o lavoro nel 2022.





**Fabbisogno di formazione e
incontro tra domanda e offerta**
L'INCONTRO TRA DOMANDA E OFFERTA

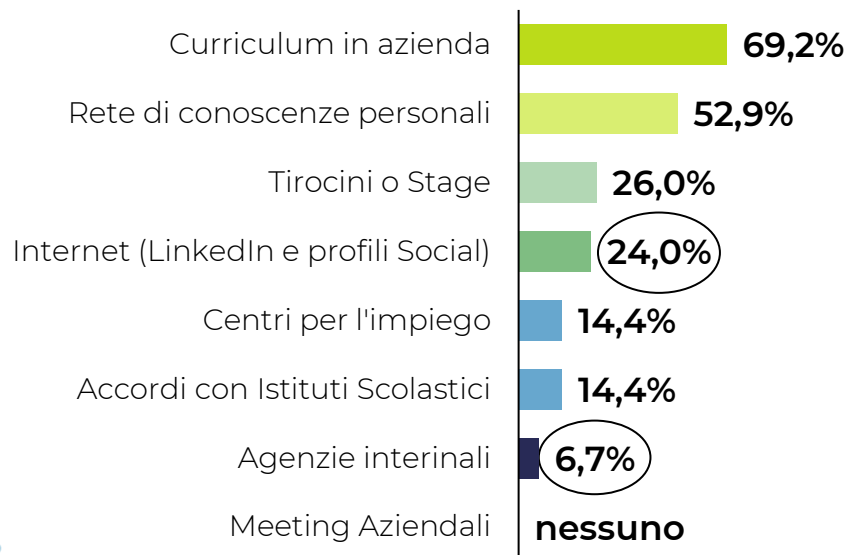
I CANALI DI RICERCA

Come ci si propone ad un'azienda?

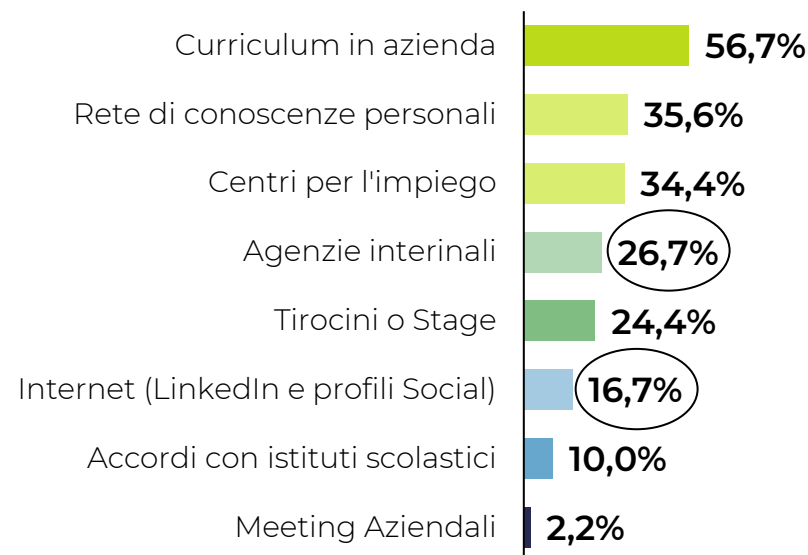
I canali più utilizzati nella ricerca di personale/impiego sono due: **«Invio diretto del curriculum in azienda»** e **«Rete di conoscenze personali»**. I lavoratori si rivolgono ancora ad **«Agenzia interinali»**, ma le aziende utilizzano maggiormente **«Strumenti online»**.

CANALI PIÙ UTILIZZATI nella ricerca di personale da assumere

IMPRESE



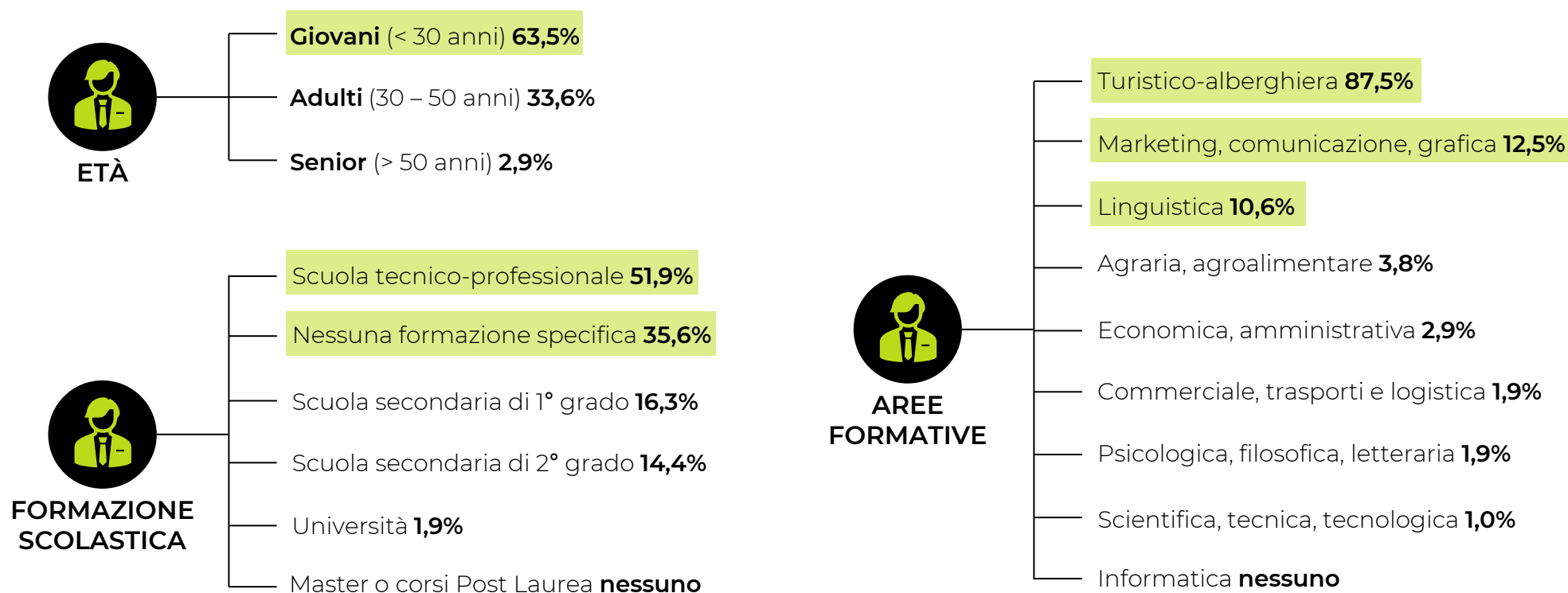
LAVORATORI



I CRITERI DI RICERCA

Profili più richiesti dalle imprese turistiche

Le imprese del settore turistico cercano prevalentemente «**Giovani sotto i 30 anni di età**» (63,5%), con «**Qualifica o diploma tecnico-professionale**» (51,9%) o «**Nessuna formazione specifica**» (35,6%), provenienti dall'area «**Turistico-alberghiera**» (87,5%).

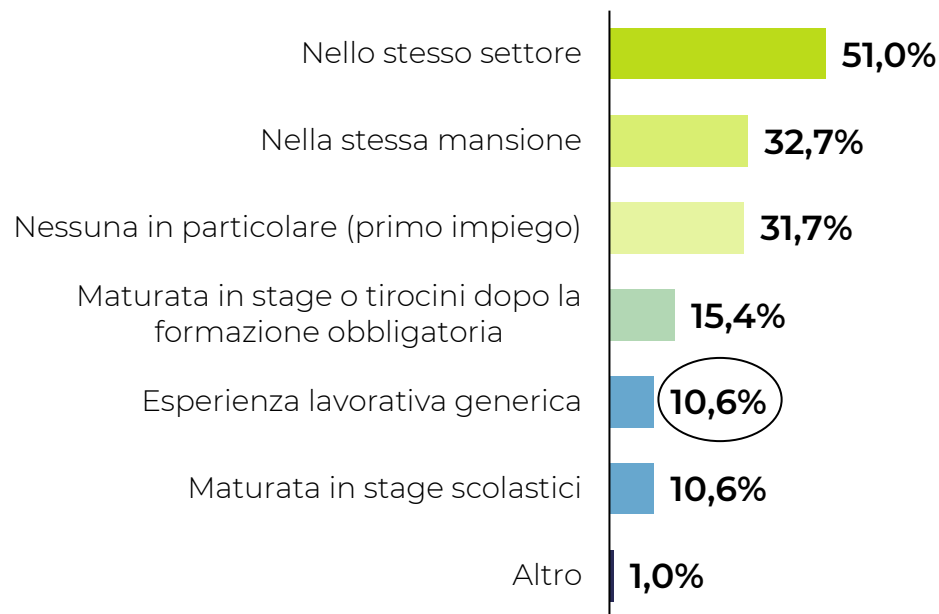


I CRITERI DI RICERCA

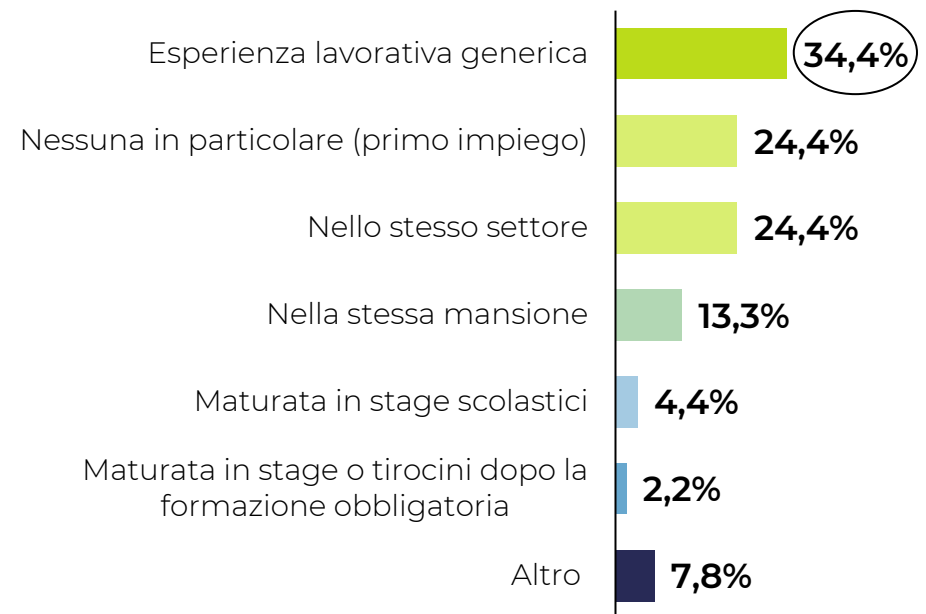
Quanto conta l'esperienza lavorativa acquisita?

Le imprese del settore cercano prevalentemente personale con esperienza maturata «Nello stesso settore» o «nella stessa mansione», ma **assumono spesso persone con «Esperienza lavorativa generica» o «Al primo impiego»**. Bassa la ricerca di «stagisti».

Esperienza prevalentemente richiesta al personale da assumere



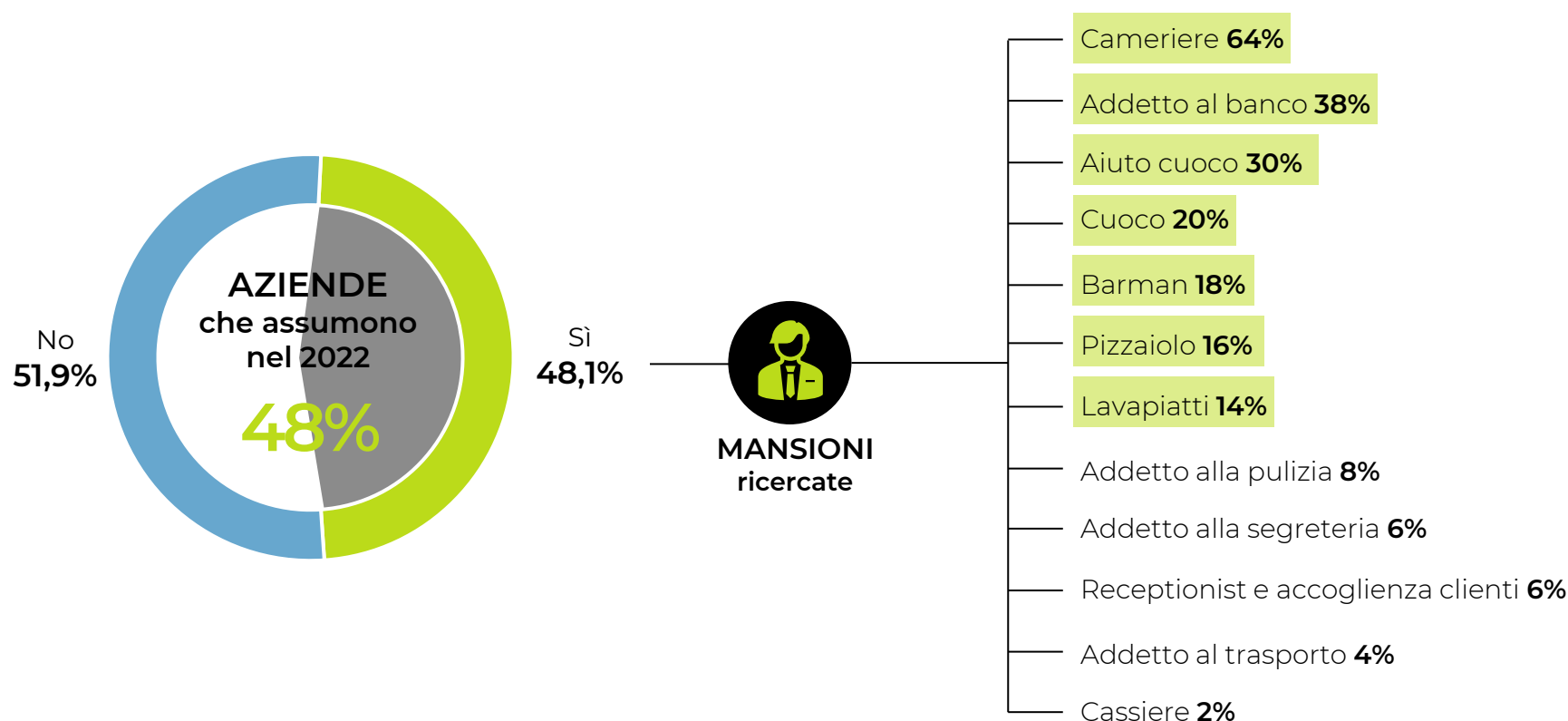
Esperienza posseduta al momento dell'assunzione in azienda



LE ASSUNZIONI PREVISTE NEL 2022

Imprese che assumono e mansioni richieste

Il 48% delle imprese intervistate prevede di assumere **nuovo personale nei prossimi 12 mesi**, prevalentemente con le mansioni di «Cameriere», «Addetto al banco», «Aiuto cuoco», «Cuoco», «Barman», «Pizzaiolo» e «Lavapiatti».

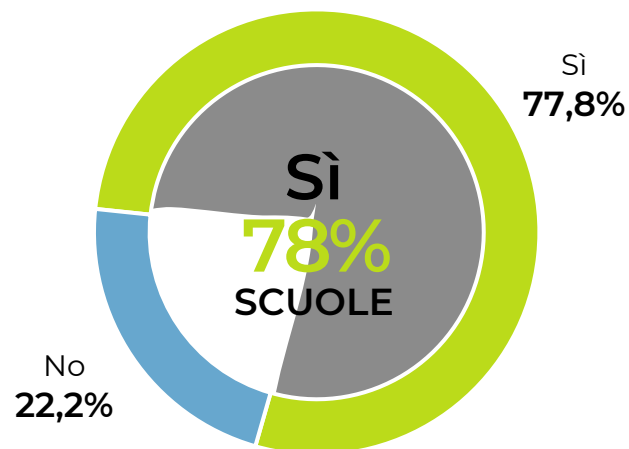


IL CONFRONTO SCUOLA IMPRESA

C'è un confronto tra Scuole e Imprese del territorio?

In media, l'83% degli studenti trova occupazione entro i 24 mesi dal diploma, ma solo il 56% nell'ambito degli studi effettuati. Per quasi la metà degli istituti scolastici, **il confronto attivo con aziende ed Enti del territorio risulta «parziale o assente» (44%).**

C'è un confronto attivo con il territorio, per conoscere i fabbisogni del mercato del lavoro?



Con chi?

56%

CON AZIENDE ED ENTI

Il 55,6% delle Scuole ha confronti diretti sia con aziende che con Enti del territorio (CCIAA, Associazioni di categoria, Agenzie interinali, Forze dell'ordine, Club di servizio)

22%

SOLO CON AZIENDE

Il 22,2% delle Scuole ha confronti diretti solo con le aziende del territorio

22%

CON NESSUNO

Il 22,2% delle Scuole ha rapporto «sporadici» con il territorio o ne lamenta la mancanza



LE NUOVE FIGURE EMERGENTI

Sviluppo di nuove professioni turistiche

Le professioni del futuro, per istituti scolastici e professionisti del settore: «Digital Marketing Assistant», «Sviluppatore di app dedicate alla Staycation», «Travel Planner», «Guida (fu)turistica», «Operatore Congressuale», «Banqueting Manager», «Cake Designer».

PROFESSIONI EMERGENTI NEL SETTORE TURISTICO, A CUI DEDICARE NUOVI PERCORSI FORMATIVI E OCCUPAZIONALI



Digital Marketing Assistant

Figura che si occupa delle campagne di lead generation, responsabile del follow-up dei clienti, che tramite analisi di mercato permette all'azienda di attuare efficaci campagne di digital marketing.



Sviluppatore di app dedicate alla Staycation

Neologismo che indica una vacanza in cui si rimane a casa, nella propria città, regione o nazione.



Travel Planner

Figura professionale in grado pianificare offerte turistiche «su misura» per il cliente, al di fuori delle logiche, delle tempistiche e dei costi dei tour operator.



Guida (fu)turistica

Figura professionale specializzata in determinate aree territoriali (con background storico, artistico, culturale e linguistico), in grado di accompagnare il turista in ogni sua esperienza.



Operatore Congressuale

Professionista responsabile dell'attività di ideazione e organizzazione di congressi, convegni, simposi o convention, nell'ambito della «meeting & incentive industry».



Banqueting Manager

Figura professionale specializzata nell'organizzazione di ricevimenti, buffet, banchetti, party, con conoscenze approfondite in ambito enogastronomico.



Cake Designer

Figura professionale esperta in tecniche di decorazione ad elevato impatto visivo: dalle torte moderne monoporzioni, fino alle più scenografiche wedding cakes.



Grazie per l'attenzione

Varese, 25 maggio 2022

osservatorio.entibilaterali.va.it