

## Capitolo 5

### Istruzione e formazione per il turismo in Italia

*L'esperienza turistica avviene attraverso l'interazione tra persone. La disponibilità di personale dotato di competenze e capacità specifiche per ogni tipo di prodotto ed esperienza turistica è fondamentale. Dirigenti e operatori del settore turistico devono pertanto essere in grado di adattarsi ai nuovi requisiti tecnologici e possedere adeguate competenze linguistiche, nonché la flessibilità per soddisfare le sempre più mutevoli esigenze dei clienti. Per massimizzare il potenziale a lungo termine del turismo e soddisfare al meglio le esigenze dell'industria turistica, è fondamentale che l'Italia sviluppi e migliori la propria offerta di istruzione e formazione in ambito turistico. Al momento in Italia l'offerta di istruzione e formazione presenta carenze sia a livello qualitativo che quantitativo. Nonostante negli ultimi anni i corsi universitari dedicati al turismo siano aumentati rapidamente, il numero di studenti è diminuito. Anche la domanda di competenze derivanti dall'istruzione superiore è molto debole; inoltre, i corsi non sono sufficientemente orientati al mercato e le imprese turistiche svolgono un ruolo attivo nella definizione dei contenuti dei corsi. Appare necessario aumentare il trasferimento delle conoscenze dal settore dell'istruzione alle imprese e sviluppare un approccio integrato, coinvolgendo attivamente regioni, settore privato e istituzioni di istruzione e formazione.*

## Introduzione

Le problematiche relative alle risorse umane sono di vitale importanza per lo sviluppo di un turismo competitivo e sostenibile. Il turismo è un'industria dalla preponderante componente umana. Per quanto riguarda l'Italia, le previsioni di una crescita costante dell'economia turistica, l'immagine relativamente debole del mercato del lavoro turistico, i cambiamenti demografici (ad esempio la contrazione dell'offerta di manodopera nel gruppo chiave dei giovani), le nuove tendenze della domanda turistica, le innovazioni tecnologiche e i progressi verso un'economia turistica verde sono soltanto alcuni degli elementi che, combinati insieme, porteranno a una crescita della domanda di manodopera qualificata e a una sempre maggiore scarsità di manodopera e di competenze adeguate, nonché a un aumento della pressione per disporre di manodopera immigrata.

Consapevole di queste sfide a lungo termine e della necessità di un migliore equilibrio tra domanda e offerta nel settore dell'istruzione e della formazione turistica, nel 2009 il Ministro del turismo italiano ha istituito un Comitato per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità. Tale Comitato ha lavorato su temi quali l'offerta formativa turistica erogata in Italia da scuole secondarie, università e istituti professionali.

Il presente capitolo delinea le principali sfide che l'Italia deve affrontare in materia di istruzione e formazione turistica. Il capitolo si concentra in particolare sull'istruzione superiore e analizza l'offerta formativa della scuola secondaria e professionale in ambito turistico. L'analisi si basa innanzitutto sul lavoro condotto dal Comitato per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità.

## Valutazione complessiva

Per massimizzare il potenziale a lungo termine del turismo è fondamentale che l'Italia sviluppi e migliori la propria offerta di istruzione e formazione in ambito turistico, in modo da soddisfare al meglio le esigenze dell'industria turistica italiana. È necessario ad esempio che le imprese riconoscano che il livello dell'istruzione superiore e delle competenze da essa fornite è decisivo per poter offrire ai turisti servizi ed esperienze turistiche di qualità elevata, per migliorare la gestione delle imprese turistiche e per promuovere un'immagine positiva del mercato del lavoro turistico. Tutto ciò avrà a sua volta un'influenza positiva sul livello di produttività dell'intero settore. Una migliore offerta di istruzione e formazione turistica consentirà all'industria di affrontare nuove sfide, come ad esempio quelle legate al progresso tecnologico e al turismo sostenibile. Capacità professionali acquisite esclusivamente "sul campo" non sono più sufficienti per le imprese turistiche, che spesso richiedono altre capacità, nuove o più elevate.

L'offerta di istruzione e formazione turistica italiana presenta carenze sia a livello qualitativo che quantitativo. Negli ultimi anni i corsi universitari dedicati al turismo sono aumentati rapidamente. Tuttavia il numero di studenti sta diminuendo, la domanda di competenze derivanti dall'istruzione superiore è molto debole, i corsi non sono sufficientemente orientati al mercato e le imprese turistiche non stanno svolgendo un ruolo attivo nella definizione dei contenuti dei corsi e nello sviluppo di un sistema bipolare di istruzione e formazione.

Sebbene l'istruzione superiore sia importante, l'istruzione secondaria e tecnica, che fornisce le competenze di base richieste dall'industria turistica, continuerà a svolgere un ruolo fondamentale. Recentemente è stata avviata una riforma che dovrebbe contribuire a migliorare la corrispondenza tra esigenze formative ed esigenze turistiche, concentrandosi in particolare sulla qualità dei servizi e su iniziative di sostegno allo sviluppo professionale (ad esempio tirocini, competenze linguistiche, ecc.). Il successo di tale riforma dipenderà in particolare dalla capacità di instaurare solide collaborazioni tra settore privato e mondo dell'istruzione.

Nell'ambito della formazione esistono numerose iniziative, ma le informazioni sui programmi di formazione professionale e i finanziamenti a disposizione delle regioni sono scarsi. Alcune interessanti iniziative di promozione della formazione pratica, come quelle avviate da PromuovItalia (e illustrate successivamente nel capitolo), sono ancora isolate, riguardano soltanto alcune regioni e dipendono eccessivamente da finanziamenti esterni. Tali iniziative costituiscono una novità molto positiva, ma non sono sufficienti per soddisfare le esigenze di formazione dell'intero settore turistico.

L'Italia dovrebbe favorire il trasferimento di competenze dal settore dell'istruzione all'industria, ad esempio attraverso una rete di *intelligence* turistica. L'importante studio condotto nell'anno 2009-10 dal Comitato per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità dovrebbe essere sfruttato per sostenere lo sviluppo di un approccio governativo integrato al settore turistico, coinvolgendo attivamente regioni, settore privato e istituzioni di istruzione e formazione. Quest'approccio dovrebbe favorire la creazione di una molteplicità di competenze e di carriere stimolanti nel settore del turismo. L'Italia dovrebbe anche impegnarsi in un lavoro a lungo termine, basato su una mappatura delle professioni turistiche, allo scopo di identificare esigenze future e attuali carenze dell'istruzione e della formazione. Anche la dimensione delle disparità tra uomini e donne rappresentano un problema che dovrà essere affrontato insieme ai principali operatori dell'industria turistica.

## **Le principali sfide per l'Italia in materia di istruzione e formazione turistica**

L'esperienza turistica avviene attraverso l'interazione tra persone. Le risorse umane sono pertanto un elemento strategico per il turismo. La disponibilità di personale dotato di competenze e capacità specifiche per ogni tipo di prodotto ed esperienza turistica è fondamentale. Ad esempio la tendenza verso un'economia sostenibile modificherà profondamente il profilo di posizioni lavorative e competenze richieste in molti settori, compreso il turismo. Anche la crescita dei nuovi mercati, con conseguenti cambiamenti delle caratteristiche culturali dei visitatori, creerà esigenze inedite, come lo sviluppo di opportune competenze linguistiche e culturali. Dirigenti e lavoratori del settore turistico devono pertanto essere in grado di adattarsi ai nuovi requisiti tecnologici e possedere adeguate competenze linguistiche, nonché la flessibilità per soddisfare le sempre più mutevoli esigenze dei clienti. Oggi la formazione deve essere maggiormente pluridisciplinare e trasversale per potersi adattare ai cambiamenti del mercato turistico (Gennari, 2010).

L'industria turistica italiana possiede un numero elevato di micro e piccole imprese, che spesso non sono in grado di garantire sistemi di formazione pratica interna né di investire nell'innovazione. In Italia le imprese turistiche sono spesso a gestione familiare e la maggior parte del personale non possiede competenze formali specifiche per questo settore. Tali aspetti dell'industria turistica rafforzano il tipico carattere empirico della

formazione in questo settore (VocMat – *Vocational Management Training* per l'industria europea del turismo, 2008) e ostacolano il cammino verso un approccio basato sulle competenze più qualificanti da parte del sistema di istruzione. L'importanza delle competenze e della formazione del personale non è sempre riconosciuta dalle imprese del settore. Ciò comporta una certa difficoltà nel convincere l'industria turistica a cooperare con centri di formazione e università in vista di un miglioramento dei corsi e del loro orientamento al mercato. L'Italia dovrebbe favorire la partecipazione dei privati allo sviluppo delle attività di istruzione e formazione e aumentare il trasferimento delle conoscenze dalle università alle imprese, ad esempio attraverso la creazione di un'unità di *intelligence* turistica (TIU). Tutto ciò potrebbe comprendere la promozione di una piattaforma *online* dedicata alla formazione e al lavoro nel settore turistico, sviluppata in collaborazione con studenti, insegnanti e associazioni industriali di categoria.

Le tecnologie legate a Internet mettono il consumatore al centro della catena del valore del turismo (ogni turista dispone di un accesso diretto ai prodotti turistici). Le nuove tecnologie e le relative innovazioni (ad esempio prenotazioni *online*, gestione delle prenotazioni) hanno comportato cambiamenti radicali nel funzionamento delle imprese turistiche. L'Italia sta accumulando un certo ritardo in termini di utilizzo di Internet da parte delle aziende e di diffusione dell'e-commerce. Il nuovo contesto operativo e la specifica situazione dell'Italia pongono importanti sfide in termini di sviluppo delle competenze. Capacità professionali acquisite esclusivamente "sul campo" non sono più sufficienti per gestire le imprese turistiche e per alcuni impieghi del settore sono necessarie creatività, buone competenze informatiche e capacità professionali diverse (Boccella e Lamberti, 2010).

Negli ultimi anni in Italia la produttività della manodopera turistica è diminuita. La competizione per la manodopera con altri settori economici, quelli che presentano una maggiore crescita della produttività e sono in grado di offrire retribuzioni più interessanti, è sempre più forte. Innovazione e qualità sono elementi decisivi per rendere le destinazioni e le imprese turistiche più competitive e attraenti sul mercato globale. In questo contesto il livello piuttosto basso delle competenze costituisce un problema cruciale per l'industria turistica italiana. Sebbene la sottostante Tabella 5.1 mostri un notevole aumento del livello delle qualifiche del personale impiegato nel settore (dal 2005 al 2009 le assunzioni di laureati sono raddoppiate), le aziende turistiche impiegano ancora un numero molto ridotto di laureati (cinque volte di meno rispetto ai settori dell'industria e dei servizi) e un numero molto elevato di persone prive di specifiche capacità professionali al momento dell'assunzione (37%). L'Italia deve concentrarsi maggiormente sugli standard qualitativi dei propri servizi, se intende aumentare la produttività turistica e mantenere la propria competitività come destinazione all'interno del mercato europeo e in particolare rispetto ai paesi concorrenti che offrono ai lavoratori retribuzioni più ridotte.

L'età media di ingresso nel settore è inferiore rispetto a quella registrata nelle altre industrie, un dato che indica la pressante esigenza di creare meccanismi di studio e lavoro e di formazione permanente (Gennari, 2010). Constatata tale situazione, il Governo italiano sta valutando l'adozione di misure volte a facilitare l'uso di strumenti come tirocini ed esperienze di studio e lavoro.

**Tabella 5.1. Nuove assunzioni non stagionali per livello di istruzione, 2005-09**

In percentuale

Anno	Settore turistico				Totale per industria e servizi			
	Istruzione universitaria	Istruzione secondaria e post-secondaria	Istruzione tecnica	Nessuna istruzione richiesta	Istruzione universitaria	Istruzione secondaria e post-secondaria	Istruzione tecnica	Nessuna istruzione richiesta
2005	1.1	33.4	26.0	39.5	8.8	33.6	20.1	37.5
2006	0.4	30.5	21.7	47.4	8.5	33.9	19.2	38.4
2007	1.4	32.7	20.7	45.2	9.0	34.9	17.5	38.6
2008	0.8	36.6	18.3	44.3	10.6	40.5	14.5	34.3
2009	2.2	38.3	22.4	37.0	11.9	42.4	15.3	30.4

Fonte: Unioncamere – Ministero del Lavoro, *Sistema informativo Excelsior*, 2005-09.

Le condizioni di lavoro nel settore turistico sono impegnative (ad esempio orari, stagionalità). È probabile che la percezione del turismo come settore caratterizzato da condizioni di lavoro difficili e da carriere e retribuzioni poco attraenti rispetto ad altri settori continui a essere molto diffusa. Tutto ciò influisce negativamente sull'immagine dell'industria turistica all'interno del mercato del lavoro italiano. I giovani non considerano attraente il settore turistico (Moretti, 2010) poiché non offre un'immagine dinamica, tecnologicamente all'avanguardia o caratterizzata da interessanti prospettive di carriera. Il turismo in Italia non offre nemmeno un livello retributivo paragonabile a quello di altri settori, poiché le retribuzioni medie dell'industria turistica sono tra le più basse dell'intero mercato del lavoro. Per poter attirare professionisti altamente qualificati e migliorare così il livello qualitativo della gestione e dei servizi turistici occorre che l'attuale situazione cambi radicalmente. Basandosi su recenti iniziative sperimentali, l'Italia potrebbe impegnarsi maggiormente per sviluppare una strategia di gestione delle risorse umane nel settore, favorendo la diversificazione delle competenze e l'attrattività delle carriere.

La presenza di lavoratori immigrati nel turismo è in aumento, soprattutto per quanto riguarda il settore della ristorazione e delle strutture ricettive. Questo fenomeno si registra nella maggioranza dei paesi OCSE. Molti lavoratori immigrati vivono e lavorano in condizioni precarie, spesso in un contesto di impiego sommerso o irregolare. L'Organizzazione internazionale del lavoro (ILO) stima che gli immigrati irregolari in Italia siano circa 500 000. L'elevata stagionalità del turismo e i conseguenti picchi di domanda di manodopera, uniti a un'offerta in diminuzione, causano il costante aumento del numero di lavoratori immigrati nell'industria turistica. Tutto ciò crea notevoli problemi all'Italia in termini di formazione (ad esempio lingue) per mantenere e migliorare gli standard di qualità.

La rilevanza dell'economia informale nel settore turistico italiano fa sì che moltissime imprese non siano registrate e non collaborino con le associazioni di categoria né beneficino delle loro offerte di formazione. I lavoratori impiegati nell'economia informale rimangono, di fatto, tagliati fuori dal sistema di formazione turistica.

La domanda di personale turistico qualificato è superiore al numero di giovani provvisti di capacità professionali specifiche. Secondo il Comitato per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità, la domanda proveniente dall'industria è di circa 300 000 posti di lavoro l'anno, mentre l'offerta rimane di circa 140 000 lavoratori qualificati. Tale situazione favorisce l'uso da

parte delle imprese di soluzioni di formazione alternative a livello locale, nonché una crescente dipendenza dalla manodopera immigrata.

### Istruzione turistica secondaria

L'istruzione secondaria dovrebbe preparare i ragazzi all'accesso all'istruzione superiore o all'entrata nel mercato del lavoro. In Italia l'istruzione secondaria (dai 14 ai 19 anni di età) offre una scelta tra licei, istituti tecnici e istituti professionali. Nel 2009 l'istruzione secondaria è stata di gran lunga il primo livello formativo per numero di nuove assunzioni (61%) da parte del settore turistico.

In Italia esistono circa 120 istituti alberghieri autonomi, che offrono corsi di formazione di tre o cinque anni, oltre a un numero imprecisato di corsi di formazione alberghiera erogati da altri tipi di istituti. Inoltre esistono circa 60 istituti tecnici per il turismo autonomi, che offrono corsi di formazione di cinque anni.

La maggior parte delle competenze turistiche richieste (78% del totale) riguarda occupazioni commerciali e di servizio qualificate (Tabella 5.2). Ciò conferma l'esigenza di un'istruzione fortemente orientata alla qualità dei servizi. L'istruzione secondaria specializzata nel turismo comprende il Diploma di istruzione secondaria superiore ad indirizzo professionale alberghiero, il Diploma di istruzione secondaria superiore ad indirizzo tecnico per il turismo e il Diploma di qualifica di istituto professionale alberghiero.

Secondo il Comitato per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità, l'istruzione turistica secondaria appare piuttosto eterogenea in termini di contenuti e non abbastanza solida in termini di insegnamento di specifiche competenze turistiche. Le competenze richieste dalle imprese non vengono insegnate in modo adeguato, ad esempio la padronanza delle lingue straniere è scarsa e le metodologie insegnate sono obsolete. L'Italia deve integrare meglio i diversi livelli del sistema di istruzione (scuole secondarie, università e formazione professionale) e migliorare la coerenza dei contenuti formativi per riuscire a soddisfare le esigenze dell'industria in termini di competenze e capacità tecniche.

**Tabella 5.2. Competenze richieste dalle imprese turistiche**

Gruppi professionali	Valore assoluto	%
Totale turismo (alberghi e servizi turistici, ristoranti, bar, mense e catering)	80 880	100.0
Dirigenti, lavoratori e tecnici altamente specializzati	3 720	4.6
di cui: occupazioni tecniche	3 570	4.4
Occupazioni impiegatizie, commerciali e di servizio	67 250	83.1
di cui: occupazioni commerciali e di servizio qualificate (camerieri, cuochi, ecc.)	62 650	77.5
Lavoratori specializzati e operatori per impianti e macchinari	1 080	1.3
Occupazioni non qualificate	8 840	10.9

Fonte: Comitato ministeriale per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità (2010).

Le aspettative delle imprese turistiche rivelano una mancanza di corrispondenza sia a livello qualitativo che quantitativo con l'offerta dell'istruzione secondaria. In risposta a questo problema, la cui soluzione appare fondamentale per sostenere la competitività dell'industria turistica, nel 2010 l'Italia ha avviato una riforma volta a riorganizzare il sistema dell'istruzione secondaria, compresi i settori del turismo e dell'enogastronomia.

Tale riforma potrebbe consentire di conciliare meglio le esigenze dell'istruzione e quelle dell'industria turistica attraverso: *i*) la realizzazione di iniziative di sostegno allo sviluppo professionale; *ii*) la promozione delle specializzazioni (ad esempio enogastronomia, alberghi); *iii*) l'attribuzione agli istituti professionali di nuove responsabilità nella formazione delle competenze; *iv*) la diffusione di un apprendimento legato al mondo del lavoro; *v*) il riconoscimento della competenza esclusiva delle regioni in materia di pianificazione territoriale dell'offerta formativa. È ancora troppo presto per valutare l'impatto complessivo di questa riforma sull'istruzione secondaria e sulla formazione in ambito turistico. Tuttavia, mentre la mancanza di corrispondenza a livello qualitativo e l'esigenza di un sistema bipolare di istruzione e formazione sembrano essere state affrontate in modo costruttivo dalla riforma, non si può dire lo stesso per quanto riguarda il problema della scarsità di forza lavoro. La creazione di collaborazioni tra settore privato e settore dell'istruzione dovrebbe essere incoraggiata, in particolare promuovendo tirocini e periodi formativi finalizzati all'inserimento in azienda.

### Migliorare il collegamento tra istruzione superiore e industria turistica

Le scuole secondarie soddisfano le esigenze primarie dell'industria turistica in termini di competenze di servizio. Tuttavia l'istruzione superiore svolge un ruolo decisivo nel processo di miglioramento della competitività dell'industria turistica italiana, un settore che ha bisogno di personale meglio istruito per riuscire a vincere le sfide poste dalla globalizzazione dell'economia turistica.

#### *Il rapido aumento del numero di corsi universitari dedicati al turismo*

Negli ultimi anni in Italia i corsi universitari dedicati al turismo sono aumentati (+18% in 5 anni). Quest'abbondante offerta rende più pressante la necessità di assicurarsi che tutti i corsi soddisfino le esigenze delle imprese turistiche e generino meccanismi in grado di aiutare i giovani laureati ad accedere al mercato del lavoro (Tabella 5.3).

**Tabella 5.3. Numero di corsi universitari sul turismo in Italia**

Anno	Numero di corsi di primo livello	Numero di corsi di secondo livello	Corsi totali
2001	60	..	60
2004	57	21	78
2007	53	32	85
2008	47	34	81
2009	41	30	71

.. Dato non disponibile.

*Fonte:* Comitato ministeriale per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità (2010).

Il sistema italiano di istruzione superiore si basa sulla riforma europea dettata dal Processo di Bologna che ha diffuso un modello universitario organizzato in due livelli (tre anni per il primo e altri due per il secondo). I corsi dei due livelli risultano spesso integrati, poiché il secondo livello è considerato come una naturale prosecuzione del primo. Secondo il Comitato per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità, la strutturazione del sistema italiano di ricerca e istruzione di alto livello in ambito turistico e il consolidamento di una coerente offerta di istruzione terziaria sono risultati più difficili del previsto a causa della carenza dei

finanziamenti e dei continui cambiamenti delle normative statali. La debole domanda di corsi universitari di primo livello dedicati al turismo, unita ai cambiamenti delle normative, ha come conseguenze un contesto instabile per i corsi di secondo livello e un elevato tasso di sostituzione dei corsi stessi, fattori che rendono difficile la creazione di solidi legami tra industria e università.

Alla luce del numero crescente e dell'eterogeneità dei corsi universitari dedicati al turismo, l'Italia dovrebbe provvedere a introdurre meccanismi di valutazione basati su requisiti di qualità legati a fattori quali: *i*) contenuti formativi e orientamento al mercato; *ii*) livello di coinvolgimento di imprese e istituzioni turistiche nei programmi di insegnamento; *iii*) tirocini; *iv*) ingresso degli studenti nel mercato del lavoro.

### ***Il calo della domanda da parte degli studenti***

Soltanto il 16.9% dei laureati che lavorano nel settore turistico italiano dichiara di sfruttare le competenze acquisite durante la propria formazione e soltanto il 18.3% è convinto che la propria laurea gli sia stata utile nel posto di lavoro che occupa (rispetto al 47.5% dei laureati totali). Di conseguenza non è sorprendente che soltanto un limitato numero di studenti (circa l'1.7% del totale) decida di compiere studi dedicati al turismo. A partire dal 2004 il numero di studenti dei corsi dedicati al turismo è gradualmente diminuito, con una riduzione del 24% negli ultimi quattro anni, una velocità maggiore rispetto alla tendenza generale (Tabella 5.4).

**Tabella 5.4. Numero di studenti dei corsi universitari dedicati al turismo in Italia**

Anno accademico	Studenti dei corsi universitari di primo e secondo livello	% rispetto all'anno precedente	Totale degli studenti universitari in Italia	% rispetto all'anno precedente
2004/2005	7 615	n.c.	343 424	n.c.
2005/2006	6 829	-10%	320 273	-7%
2006/2007	6 599	-3%	311 421	-3%
2007/2008	6 125	-7%	308 143	-1%
2008/2009	5 754	-6%	290 193	-6%
2008/2009 rispetto al 2004/2005	n.c.	-24%	n.c.	-16%

n.c. non calcolabile.

*Fonte:* Comitato ministeriale per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità (2010).

Il livello medio delle qualifiche e della formazione secondaria degli studenti dei corsi universitari sul turismo è inferiore rispetto alla media dell'università nel suo complesso, in quanto il 52% di tali studenti proviene da scuole tecniche o professionali (rispetto al 33% dell'università nel suo complesso) e soltanto il 25% proviene dai licei (rispetto al 52% dell'università nel suo complesso). Soltanto il 10% degli studenti dei corsi di primo livello dedicati al turismo prosegue la propria formazione con un corso di secondo livello, rispetto al 28% della media dell'università nel suo complesso. Tuttavia gli studenti dei corsi sul turismo evidenziano risultati medi migliori per quanto riguarda lingue straniere e informatica.

Malgrado le problematiche citate, i laureati in corsi turistici tendono a trovare lavoro più facilmente. Prima della crisi economico-finanziaria il 52.5% dei laureati in corsi turistici era in grado di accedere al mercato del lavoro (rispetto al 47.9% della media dell'università nel suo complesso). Tuttavia soltanto il 32.5% dei laureati dei corsi



turistici lavora nel proprio ambito di studio (rispetto al 58.6% della media di tutti i laureati). Il 70% degli studenti dei corsi dedicati al turismo è costituito da donne. Tra uomini e donne esistono sostanziali differenze retributive: la media delle retribuzioni femminili è infatti inferiore del 19.4% rispetto alla media di quelle maschili. La dimensione della disparità tra uomini e donne rappresenta un problema che dovrà essere affrontato da tutti i soggetti coinvolti nell'industria turistica.

### ***Lo scarso allineamento tra domanda e offerta***

La natura complessa e orizzontale del turismo richiede corsi caratterizzati da un orientamento pluridisciplinare; risulta pertanto difficile stabilire quali siano le competenze prioritarie e individuare le giuste corrispondenze. La maggior parte dei corsi dedicati al turismo verte su economia (46%), scienze umane (16%) e lingue straniere (10%). I corsi di livello superiore hanno un approccio soprattutto teorico e sono scarsamente orientati al mercato. Sono basati su materie tradizionali (statistica, macroeconomia, cultura, geografia) e, nei casi migliori, su marketing e gestione aziendale generica. Una quota preponderante di corsi di secondo livello è incentrata su economia, cultura e gestione delle destinazioni. In Italia l'offerta universitaria dedicata a gestione delle imprese turistiche o a marketing e gestione alberghiera è molto limitata. Le imprese turistiche non vengono coinvolte nello sviluppo e nell'erogazione dei corsi universitari; alcuni dati suggeriscono che tali corsi non siano ben allineati alle esigenze delle aziende turistiche, ai cambiamenti e agli sviluppi del mercato del turismo. L'Italia dovrebbe rafforzare l'approccio pluridisciplinare dei propri corsi universitari dedicati al turismo e trovare un migliore equilibrio tra istruzione superiore ed esperienza pratica. Programmi innovativi e in grado di associare vari atenei potrebbero permettere di offrire un'istruzione superiore turistica davvero pluridisciplinare.

Molti corsi vengono offerti da università site in regioni che non sono leader nelle attività turistiche. Pertanto è evidente una certa discrepanza tra le aree in cui è localizzata l'offerta di formazione turistica e quelle in cui viene generata la domanda di tale formazione. Il 50% dei corsi universitari disponibili è concentrato in sole cinque regioni (Tabella 5.5). Questa situazione rende più difficile lo sviluppo di rapporti stretti con le imprese turistiche, l'adattamento dei contenuti formativi alle esigenze dell'industria e una maggiore professionalizzazione delle attività universitarie (ad esempio formazione ed esperienze pratiche). Il risultato finale è un'offerta caratterizzata da corsi con programmi sovrapposti e orientati alle esigenze accademiche piuttosto che alla domanda espressa dal mercato. L'Italia dovrebbe favorire i collegamenti tra l'offerta di istruzione e formazione e il territorio.

**Tabella 5.5. Numero di corsi universitari dedicati al turismo per regione**

Regione	Numero di corsi	% sul totale dell'Italia
Campania	10	12
Sicilia	9	11
Lombardia	8	10
Lazio	7	9
Toscana	6	7
Altre regioni	41	51
Italia	81	100

*Fonte:* Comitato ministeriale per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità (2010).

In reazione al conseguente calo della domanda da parte degli studenti, sempre meno interessati a corsi non allineati al mercato del lavoro, il numero di corsi di primo livello è gradualmente diminuito (dai 60 del 2001 ai 47 del 2008, fino ai 41 del 2009). Sebbene nel periodo in questione il numero di corsi di secondo livello sia aumentato, si osserva un elevato tasso di ricambi e sostituzione dei corsi stessi, nonché una riduzione del numero di corsi tra il 2008 e il 2009 (dai 7 del 2002 ai 34 del 2008, fino ai 30 del 2009). Anche il numero medio di iscritti per master è sceso da 23 studenti nell'anno accademico 2001/2002 a 18 nel 2006/2007 (CISSET, 2010).

Molti corsi universitari hanno lo stesso nome, ma contenuti diversi. Per le imprese in cerca di personale, quando si presenta un candidato in possesso di una qualifica universitaria di ambito turistico, è quindi difficile capire il tipo di preparazione e di formazione ricevuta. Ad esempio in Italia un corso di economia del turismo può essere incentrato sui metodi di valorizzazione del territorio oppure sulla gestione aziendale. Per la stessa qualifica esiste tutta una serie di diversi profili professionali, una situazione che confonde le imprese e crea difficoltà ai laureati che cercano di inserirsi nel mercato del lavoro.

La confusione creata dallo scarso allineamento tra corsi ed esigenze dell'industria e la mancanza di chiarezza riguardo ai contenuti contribuiscono a far sì che le aziende turistiche assumano un numero ridotto di laureati. Ad esempio nel 2008 soltanto lo 0.8% delle 78 000 nuove assunzioni registrate nel settore turistico corrispondeva a posizioni che richiedevano un'istruzione superiore, mentre le posizioni che richiedevano un'istruzione secondaria erano il 36.6% (rispetto a una media del 62% nell'intera economia italiana). La domanda di laureati nel settore turistico è nove volte inferiore rispetto alla media dell'intera economia. Questo dato mostra come l'industria turistica italiana non sia interessata a corsi universitari generici, dal carattere più accademico che pratico.

## **Migliorare l'offerta di formazione**

Per soddisfare le esigenze dell'industria turistica (ad esempio lavoratori stagionali, lavoratori stranieri, formazione sul campo) è necessaria un'ampia gamma di corsi di formazione. Le regioni gestiscono la maggior parte dei budget destinati alla formazione professionale in ambito turistico e le principali decisioni sulla formazione sono prese a livello regionale: tutto ciò favorisce l'aderenza a richieste ed esigenze dell'industria turistica locale. Tale situazione dovrebbe consentire di adattare i corsi di formazione ai profili richiesti dalle singole regioni e agli specifici requisiti locali (ad esempio formazione linguistica adeguata ai principali mercati di origine dei visitatori della destinazione). In realtà la formazione offerta è spesso basata sulle competenze dei potenziali insegnanti a disposizione, piuttosto che sulla domanda espressa dalle imprese turistiche.

Secondo il Comitato per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità, l'offerta formativa permanente ha bisogno di una riforma complessiva volta a migliorare i livelli formativi, aggiornare i contenuti della formazione e assicurare un minimo di coerenza a livello nazionale. Tale riforma deve tenere in considerazione il fatto che le posizioni lavorative richieste sono per la maggior parte a contatto diretto con il cliente (ad esempio camerieri), un aspetto che sottolinea l'importanza di una formazione professionale orientata al miglioramento della qualità dei

servizi. L'innalzamento del livello della formazione professionale dovrebbe diventare una delle priorità per qualsiasi strategia turistica nazionale futura.

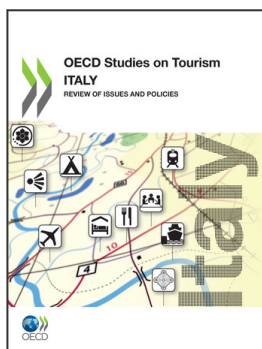
### ***Esempi di programmi di formazione***

I programmi di formazione presenti in Italia comprendono attività di formazione continua sviluppate da imprese e centri pubblici per l'impiego. Gli strumenti di formazione disponibili comprendono: *i*) il Contratto di formazione e lavoro, ideato per facilitare la transizione dalla scuola al mondo del lavoro; *ii*) il Contratto di apprendistato, che combina lavoro e formazione, qualificando al termine di alcuni anni il lavoratore a svolgere un'occupazione basata su un apprendimento sul campo (Formazione turismo). Tuttavia non esistono informazioni sull'impatto di tali strumenti sul settore turistico.

L'impegno delle istituzioni nazionali nel sostenere lo sviluppo dell'industria turistica comprende anche programmi volti a migliorare le competenze delle risorse umane. Promuovi Italia S.p.A. è un'agenzia di assistenza tecnica che fa capo al Dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo. Uno degli obiettivi strategici dell'agenzia è promuovere la crescita e lo sviluppo di competenze professionali nel settore turistico, anche in termini di innovazione. Ad esempio a partire dal 2005 sono stati realizzati i seguenti progetti:

- il progetto Lavoro e sviluppo ha l'obiettivo di impartire a 6 000 persone una formazione pratica avanzata; i beneficiari sono soggetti disoccupati e/o svantaggiati residenti in regioni di convergenza (Calabria, Campania, Puglia, Sicilia). L'obiettivo finale è che almeno il 65% dei partecipanti che completano il corso riceva un'offerta di impiego da parte delle aziende presso cui si svolgono i tirocini. Il progetto è stato avviato nel settembre del 2009 e durerà tre anni; il budget è di EUR 60 milioni;
- il progetto Replay-Estensione (marzo-novembre 2009) offre concrete opportunità di formazione professionale a soggetti disoccupati e/o svantaggiati residenti nelle regioni ex Obiettivo 1 (Basilicata, Calabria, Campania, Puglia, Sardegna, Sicilia). Il budget del progetto è di EUR 6.6 milioni;
- il progetto Motus (marzo-novembre 2008) (Riquadro 2.5) ha un budget di EUR 7.45 milioni, destinato ad attività gestite da Promuovi Italia S.p.A.

Questi programmi sono realizzati per favorire la diffusione di standard più elevati in termini di qualità e continuità di impiego in ambito turistico nelle regioni interessate. Le attività di formazione sul campo consistono in tirocini formativi e attività di approfondimento di competenze linguistiche e professionali. Una valutazione dei risultati è stata compiuta misurando il livello di integrazione dei partecipanti nelle imprese dopo un periodo di tirocinio. In totale il 66.8% dei partecipanti ha ricevuto un'offerta di impiego (1 498 su 2 242 partecipanti). Queste offerte formative coprono solo marginalmente le esigenze dell'industria turistica nel suo complesso; l'Italia, pertanto, dovrebbe metter in atto un'azione ancora più globale e proattiva nell'ambito della formazione, facendo collaborare regioni e industria allo scopo di definire una strategia integrata e comune.



**From:**  
**Italy: Review of Issues and Policies**

**Access the complete publication at:**  
<https://doi.org/10.1787/9789264114258-en>

**Please cite this chapter as:**

OECD (2011), "Istruzione e formazione per il turismo in Italia", in *Italy: Review of Issues and Policies*, OECD Publishing, Paris.

DOI: <https://doi.org/10.1787/9789264116030-11-it>

Il presente studio è pubblicato sotto la responsabilità del Segretario Generale dell'OCSE. Le opinioni espresse e le conclusioni raggiunte nel presente rapporto non corrispondono necessariamente a quelle dei governi dei Paesi membri dell'OCSE.

This document and any map included herein are without prejudice to the status of or sovereignty over any territory, to the delimitation of international frontiers and boundaries and to the name of any territory, city or area.

You can copy, download or print OECD content for your own use, and you can include excerpts from OECD publications, databases and multimedia products in your own documents, presentations, blogs, websites and teaching materials, provided that suitable acknowledgment of OECD as source and copyright owner is given. All requests for public or commercial use and translation rights should be submitted to [rights@oecd.org](mailto:rights@oecd.org). Requests for permission to photocopy portions of this material for public or commercial use shall be addressed directly to the Copyright Clearance Center (CCC) at [info@copyright.com](mailto:info@copyright.com) or the Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) at [contact@cfcopies.com](mailto:contact@cfcopies.com).