



*Formazione: un investimento
prioritario per il futuro
dell'industria del turismo*

Manuela De Carlo

Università IULM

Venezia, 14 giugno 2019

Agenda

1. FABBISOGNO DI COMPETENZE NEL TURISMO E OFFERTA DI FORMAZIONE

- 1.1 Il turismo si trasforma e richiede nuove competenze
- 1.2 La formazione universitaria in turismo in Italia
- 1.3 La formazione eccellente a livello internazionale
- 1.4 Messaggi di sintesi

2. ITALIAN SCHOOL OF HOSPITALITY: UNA RISPOSTA ITALIANA AL BISOGNO

- 2.1 I vantaggi della formula *hotel school*
- 2.2 Perché in Italia
- 2.3 La struttura del progetto
- 2.4 Gli obiettivi
- 2.5 Gli ambiti di formazione

3. IL PROSSIMO APPUNTAMENTO

1. FABBISOGNO DI COMPETENZE NEL TURISMO E FORMAZIONE

1.1 Il turismo si trasforma e richiede nuove competenze

I trend più rilevanti e le implicazioni per le imprese

Trend globali

Globalizzazione dei flussi

Implicazioni di mercato

- Nuove destinazioni
- Approccio interculturale
- Grandi flussi e nuove connettività

Trend globali

Digitalizzazione, disintermediazione e crowdsourcing

Implicazioni di mercato

- Multicanalità
- Engagement del consumatore
- Marketing evoluto

Sofisticazione e diversificazione della domanda

- Multi-target marketing
- Segmentazione esperienziale
- Storytelling

Riagggregazione della filiera a geometria variabile

- Integrazione orizzontale e verticale
- Progettazione prodotti complessi
- Tracking del cliente

Specializzazione e concentrazione dell'offerta

- Importanza del branding
- Operazioni straordinarie (M&A)
- Focus su fidelizzazione del consumatore

1.1 Il turismo si trasforma e richiede nuove competenze

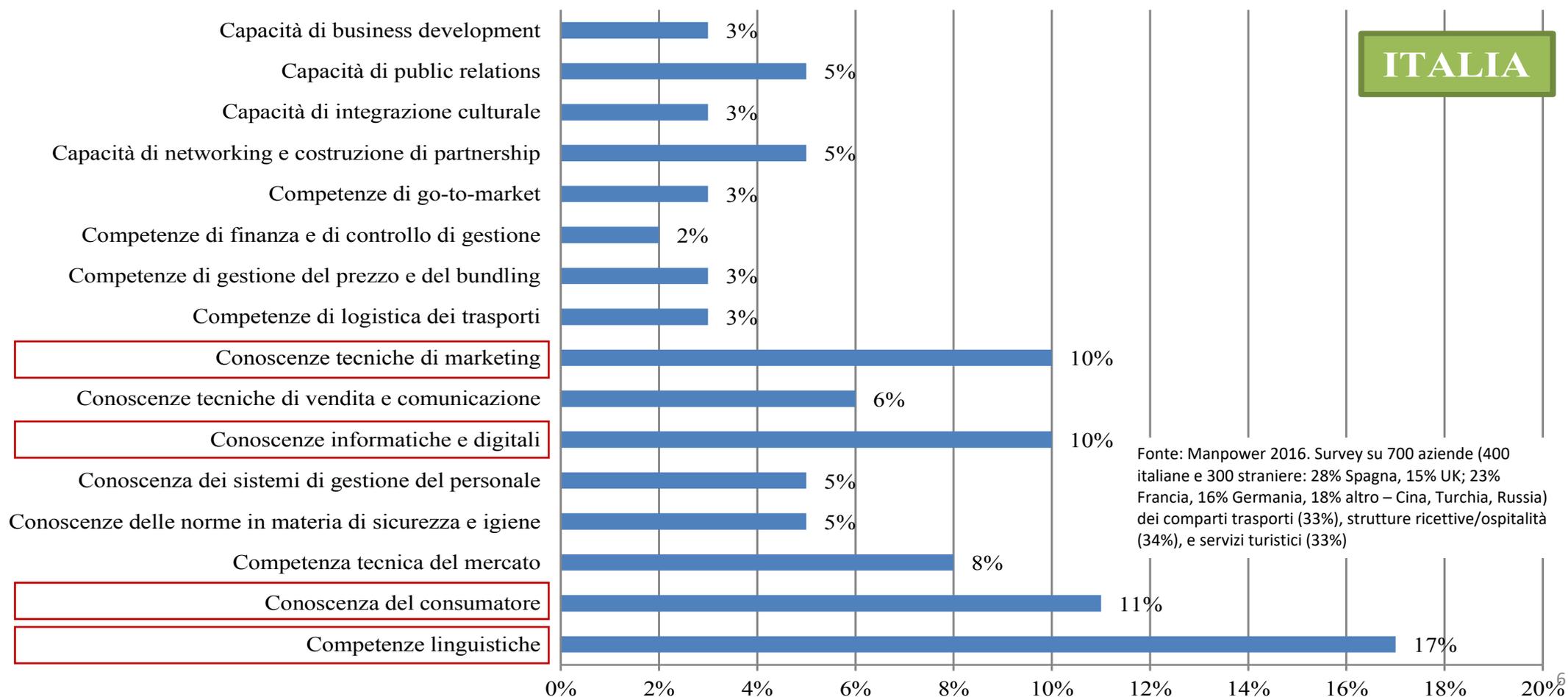
Gap imprese-formazione: allineamento tra le competenze disponibili sul mercato e le esigenze aziendali



Fonte: Manpower 2016. Survey su 700 aziende (400 italiane e 300 straniere: 28% Spagna, 15% UK; 23% Francia, 16% Germania, 18% altro – Cina, Turchia, Russia) dei comparti trasporti (33%), strutture ricettive/ospitalità (34%), e servizi turistici (33%)

1.1 Il turismo si trasforma e richiede nuove competenze

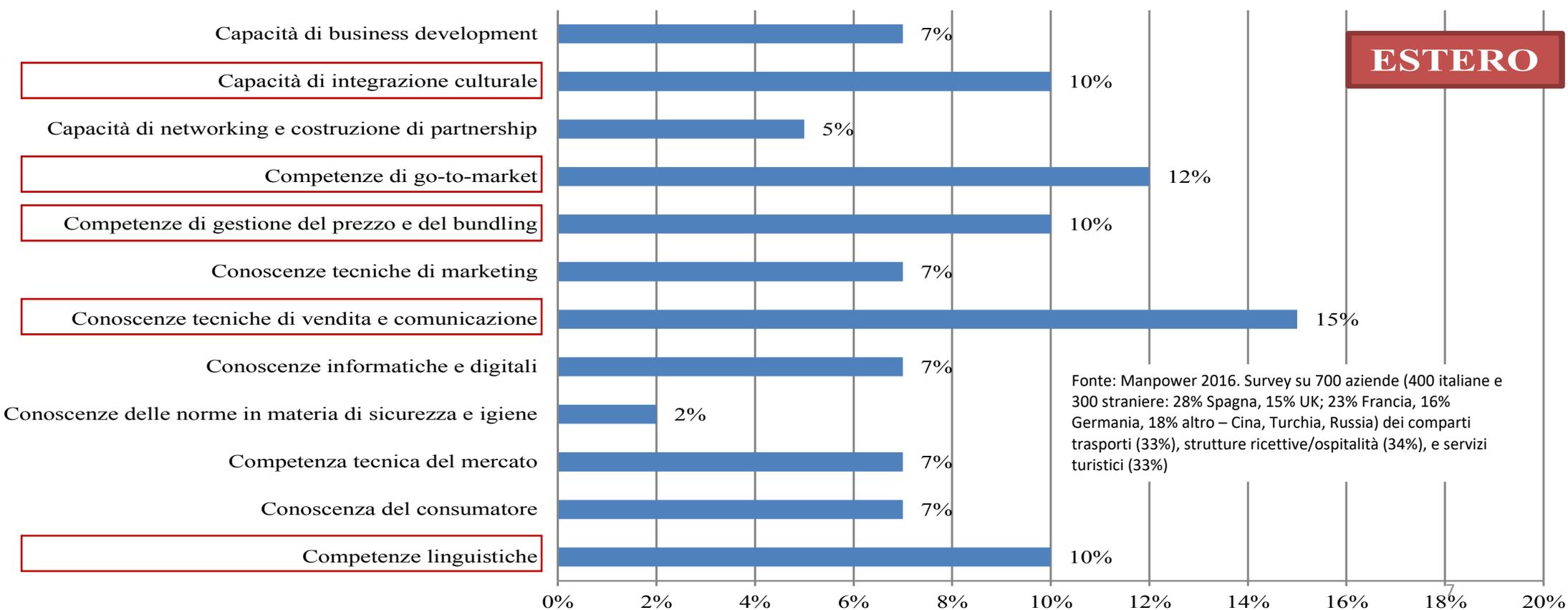
Gap imprese-formazione: competenze assenti o scarse sul mercato in Italia



1.1 Il turismo si trasforma e richiede nuove competenze

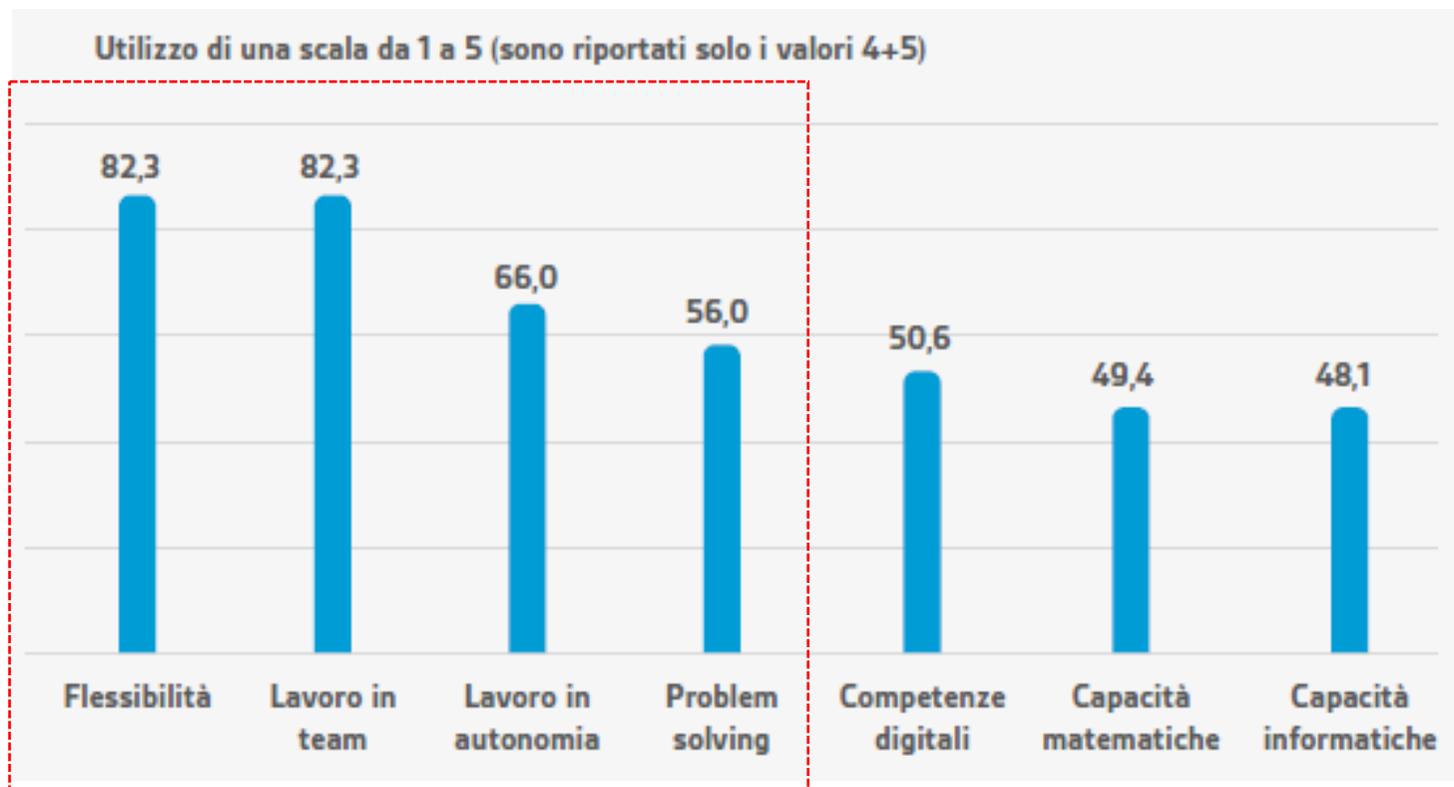
Gap imprese-formazione: competenze assenti o scarse sul mercato all'estero

ESTERO



1.1 Il turismo si trasforma e richiede nuove competenze

Gap imprese-formazione: soft skills critiche per lo sviluppo nel turismo



Fonte: Osservatorio delle competenze digitali, rapporto 2018, indagine preliminare su un campione di circa 150 imprese del settore hospitality nelle aree di Roma e Milano e focus group (Aica, Anitec-Assinform, Assintel, Assinter)

Le soft skills sono le competenze ritenute più necessarie dalle imprese del settore hospitality

1.1 Evoluzione del turismo e fabbisogno di competenze

La sfida attuale

- «Travel & Tourism industry outlines the largest demand for reskilling, projecting that **68% of its workforce will require some reskilling**» (WEF 2018: 17)
- «Efforts should center on **training, skills, labour and product market reforms** [...] this is highly relevant in a labor intensive sector like tourism, where human capital is **strategically important in delivering high quality services**» (OECD, 2015: 18)

Bisogno di
riqualificazione

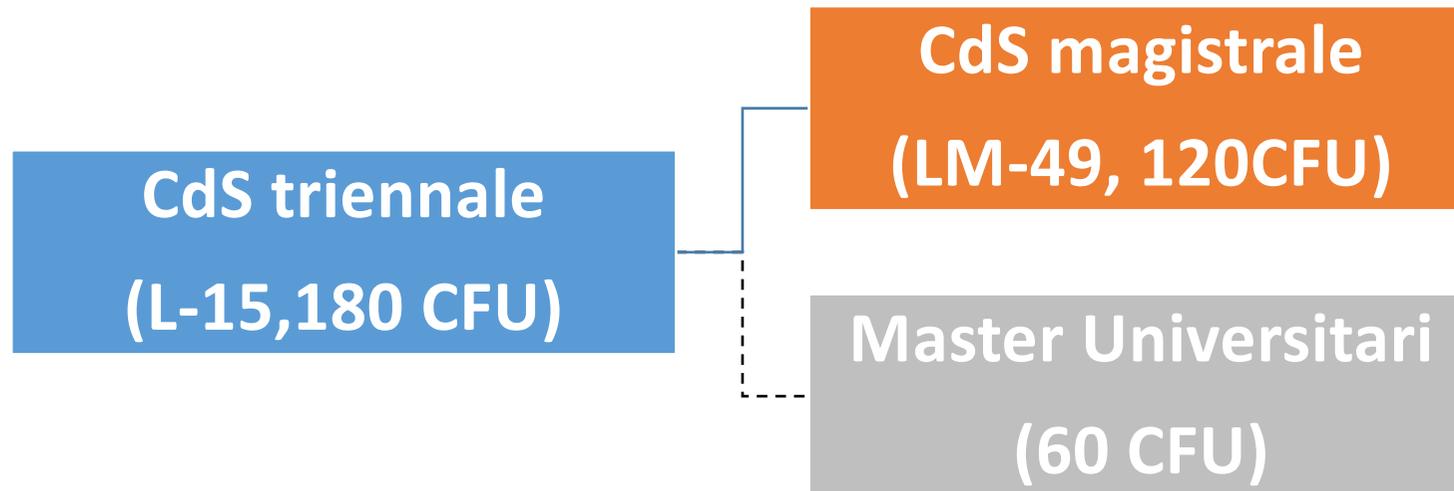
- «The **image of tourism employment is an ongoing issue** in most countries, impacting the sector's ability to attract and retain skilled workers» (OECD, 2015: 39)
- «In the past decade as Travel & Tourism's contribution to GDP increases, youth employment share in the sector has gradually declined...*[there is an emerging need for]*...policies with a direct influence on **high-quality training** and creating a **positive perceptions of Travel & Tourism jobs**» (WTTC 2019: 1-7)

Capacità di
attrarre
giovani e
talenti

- «Travel & Tourism firms are most likely to name **local education institutions as their third-most important support structure**» (WEF 2018: 17)

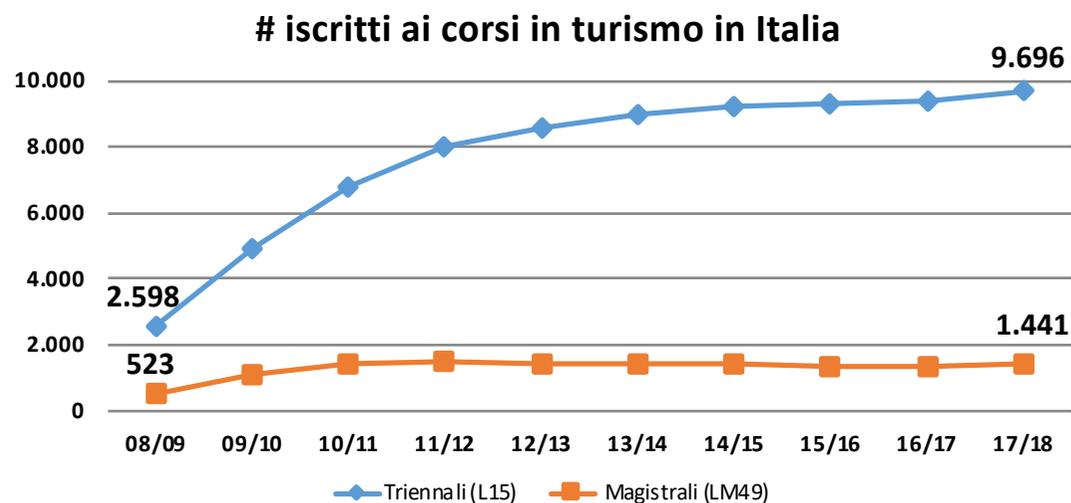
Collaborazione
imprese -
università

1.2 Formazione universitaria in turismo in Italia



- Prevalenza di corsi triennali nella classe «Scienze del Turismo» (L-15) con forte peso delle discipline territoriali, sociologiche e storico-artistiche
- Prevalenza di corsi magistrali nella classe «Progettazione e gestione dei sistemi turistici» (LM-49) con un focus prevalente su comunicazione e cultura, minore peso di discipline territoriali e management.

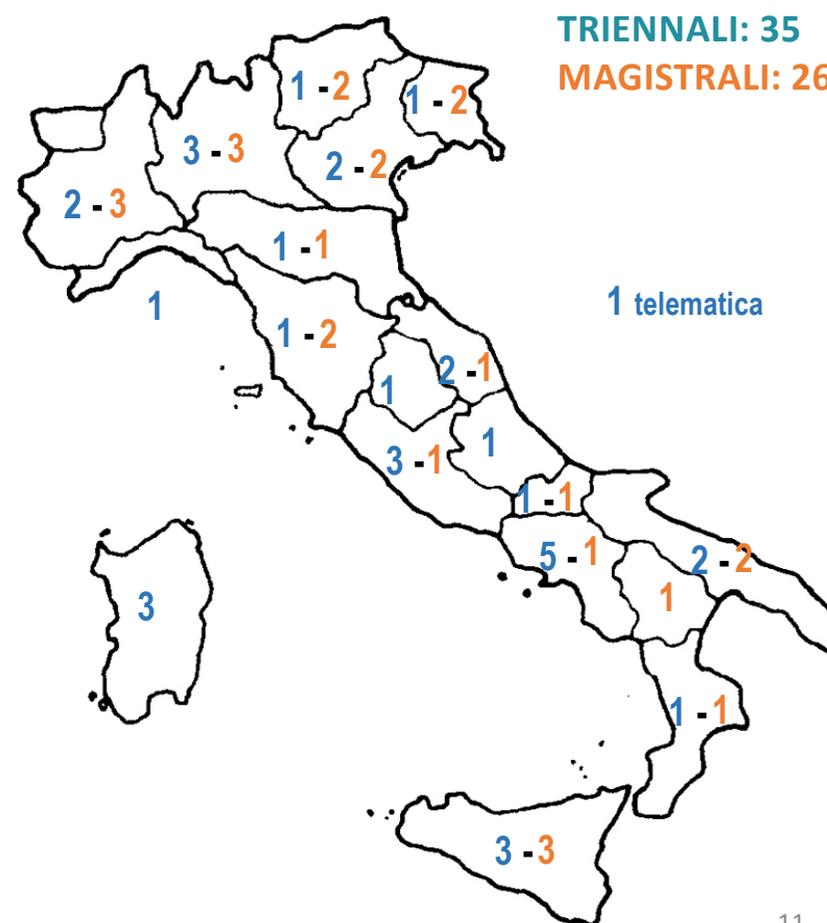
1.2 Formazione universitaria in turismo in Italia



- Nell'ultimo decennio:
 - l'offerta universitaria in turismo, triennale e magistrale, è raddoppiata
 - il numero di iscritti ai corsi triennali sono quadruplicati e triplicati ai corsi magistrali
- Offerta quasi esclusivamente in **lingua italiana** (solo 2 corsi triennali e 7 corsi magistrali in inglese)

Fonte: Anagrafe studenti MIUR

corsi per regione*

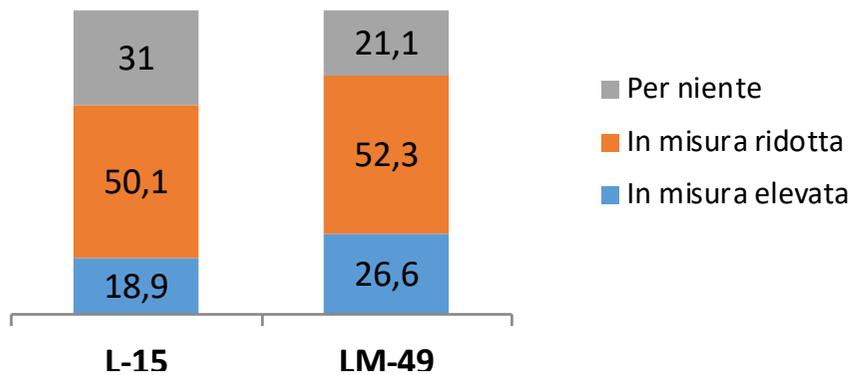


* L15; LM-49 e altre classi di laurea

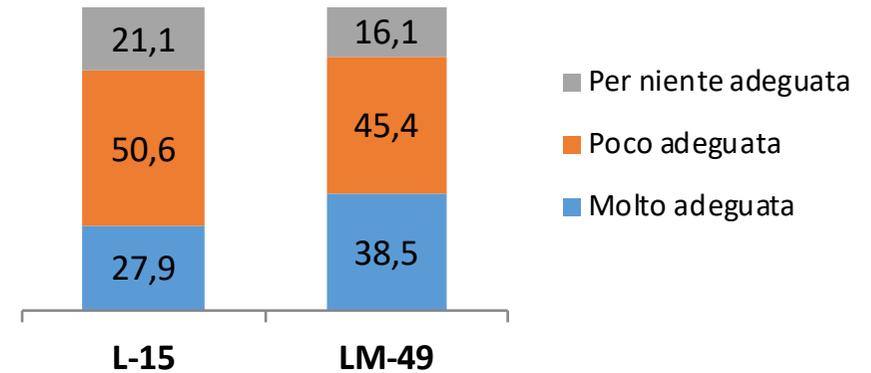
1.2 Formazione universitaria in turismo in Italia

Situazione occupazionale ad 1 anno dalla laurea

Utilizzo delle competenze acquisite con la laurea (%)



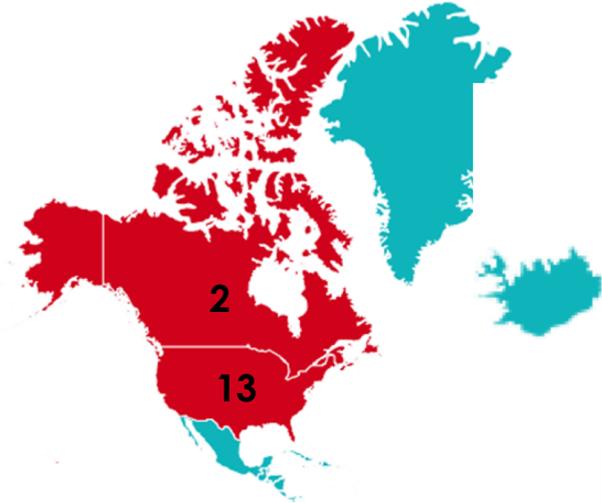
Adeguatezza della formazione professionale acquisita (%)



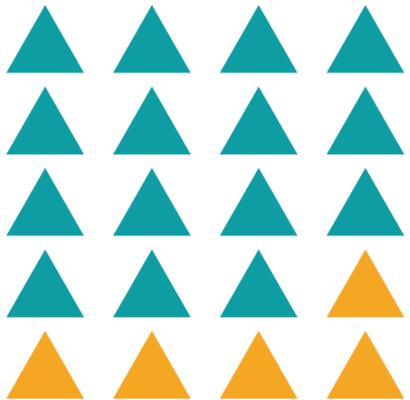
Fonte: dati Almalaurea

- Solo il **50% dei laureati triennali** e il **60% dei magistrali** è occupato ad 1 anno dalla laurea
- Le **competenze** acquisite con la laurea sono **poco utilizzate** nel lavoro e **poco adeguate** al contesto professionale

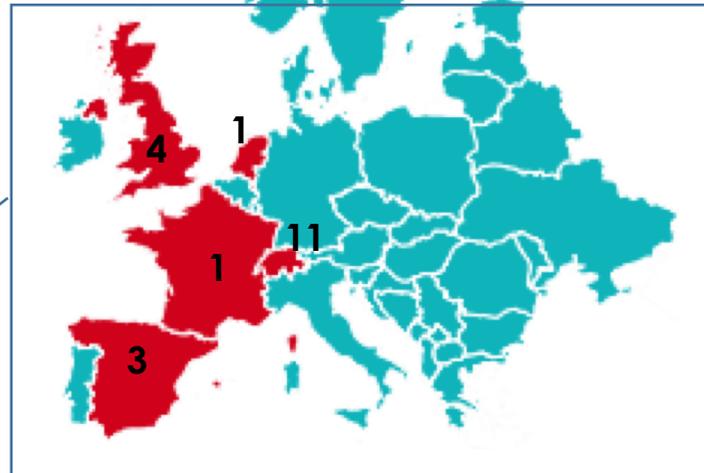
1.3. Formazione eccellente all'estero



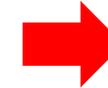
Delle 20 top in Europa, 15 sono *hotel school* e 5 università tradizionali



■ Hotel School (75%) ■ University (25%)



Forte concentrazione in USA e Svizzera



Top 50 nel mondo

per paese

United States	13
Switzerland	11
Australia	4
United Kingdom	4
Hong Kong	3
Spain	3
Canada	2
Macao	2
South Korea	2
China	1
Francia	1
Malaysia	1
Netherlands	1
Singapore	1
United Arab Emirates	1



Fonte: QS ranking 2019, Hospitality and Leisure Management

1.3. Formazione eccellente all'estero

In Europa le *hotel school* superano le università nel giudizio degli employer

Top 5 *hotel school*: punteggio medio **90,5**

Rank QS	Hotel School	Giudizio employer
1	 ECOLE HOTELIERE LAUSANNE	100
3	 les Roches GLOBAL HOSPITALITY EDUCATION	94,6
4	 GLION INSTITUTE OF HIGHER EDUCATION	97,4
6	 HOTELSCHOOL THE HAGUE Hospitality Business School	85,8
7	 CENTRE OF EXCELLENCE S·H·M·S Swiss Hotel Management School	81

Top 5 università: punteggio medio **59**

Rank QS	Hotel School	Giudizio employer
8	 UNIVERSITY OF SURREY	61,3
9	 OXFORD BROOKES UNIVERSITY	72,4
10	 BU Bournemouth University	61,3
40	 Sheffield Hallam University	49,4
46	 UNIVERSITAT RAMON LLULL	50,6

Fonte: QS employer Reputation Ranking, QS Employer Reputation Survey 2018

1.4 Messaggi di sintesi

I BISOGNI DELLE IMPRESE

- Gap tra competenze ricercate dalle imprese e competenze disponibili nel mercato del lavoro
- 2/3 della forza lavoro nel turismo dovrà riqualificarsi nei prossimi anni
- Il turismo fatica ad attrarre talenti e trattenere lavoratori con le qualifiche più ricercate

I LIMITI DELL'OFFERTA FORMATIVA ESISTENTE

- L'offerta formativa universitaria in Italia non risponde a queste criticità:
 - Si rivolge prevalentemente a studenti italiani
 - Solo il 50%-60% dei laureati è assunto a 1 anno dalla laurea
 - Meno di 1/3 dei laureati ritiene che gli studi universitari siano utili per il lavoro

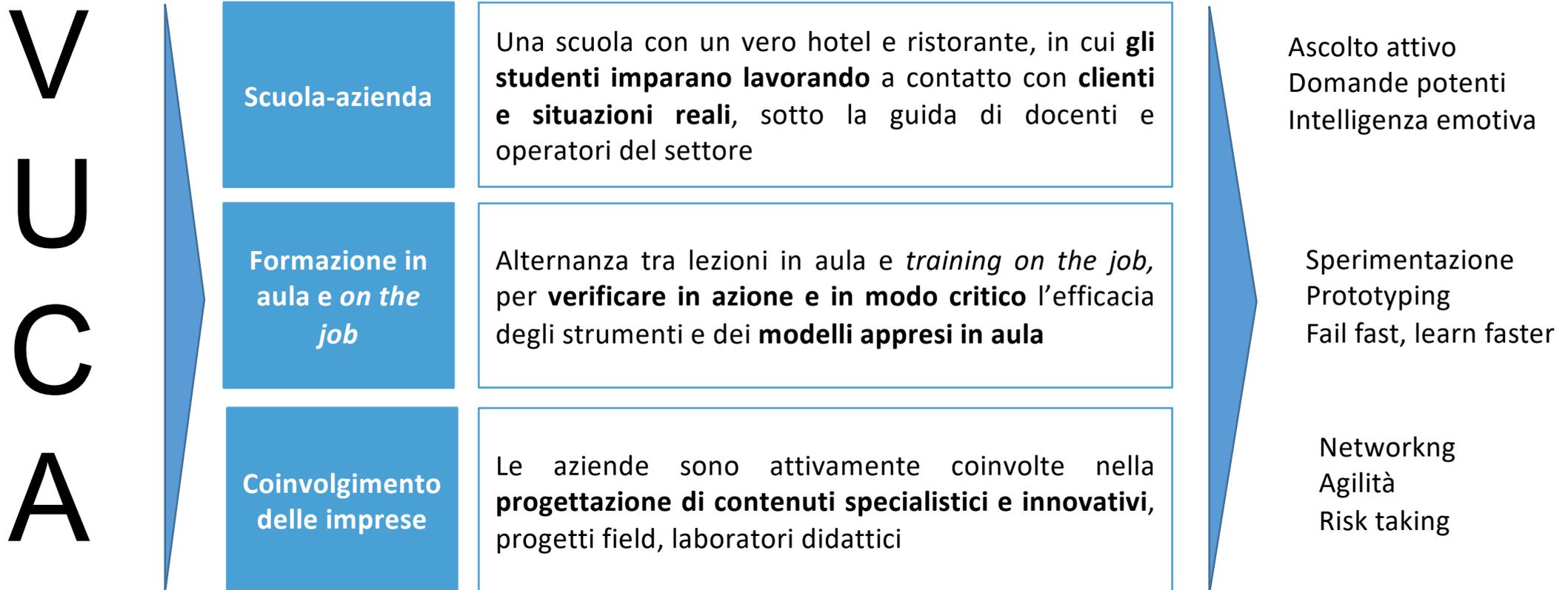
I VANTAGGI DELLA FORMULA HOTEL SCHOOL

- L'*hotel school* che risponde in modo più efficace ai bisogni del settore

2. ITALIAN SCHOOL OF HOSPITALITY: UNA RISPOSTA ITALIANA AL BISOGNO

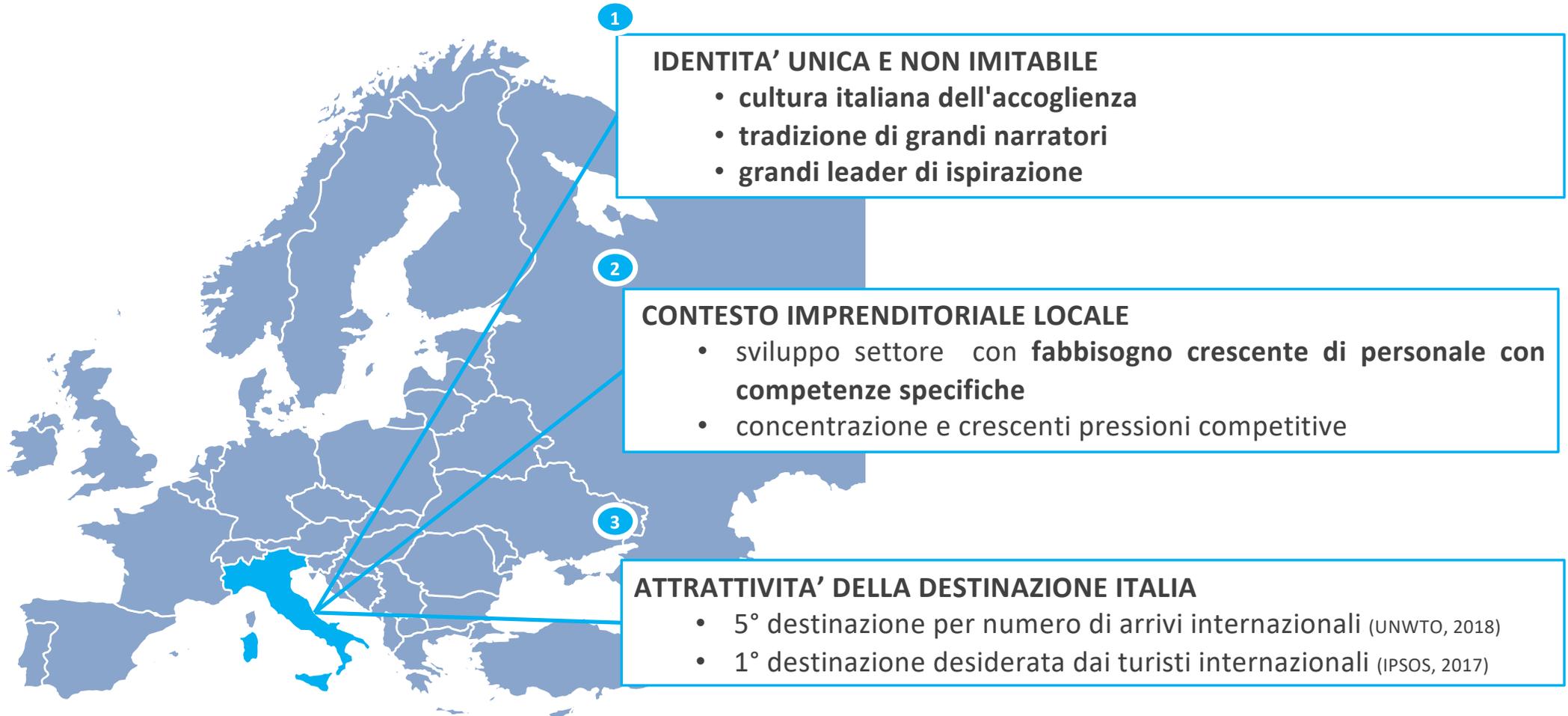
2.1 I vantaggi della formula hotel school

L'*hotel school* aiuta ad allenare i «muscoli giusti» per rispondere ai nuovi bisogni delle imprese



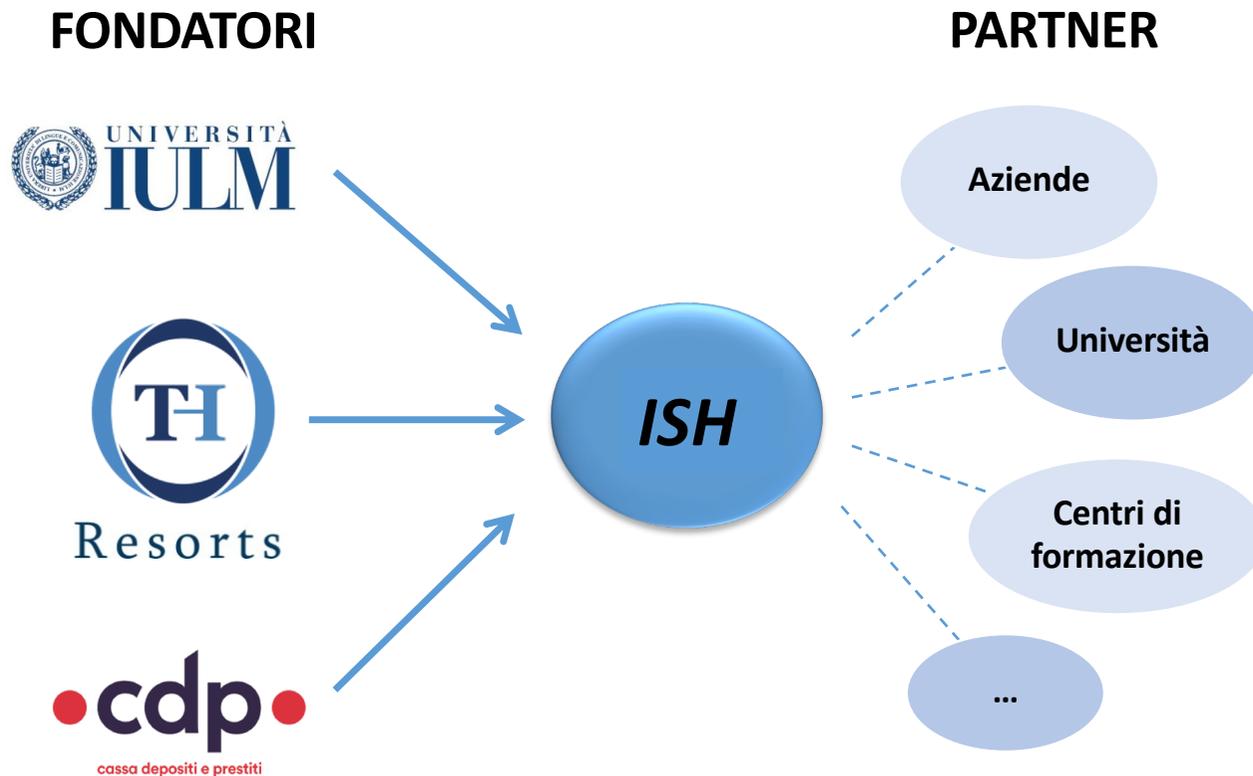
2.2 Perché in Italia

L'Italia è un contesto ideale per una *hotel school* innovativa nel contesto internazionale



2.3 La struttura del progetto

Una collaborazione impresa-università aperta



L'Italian School of Hospitality (ISH) nasce e si sviluppa al servizio del settore hospitality in Italia attraverso una stretta integrazione tra competenze didattiche (IULM), professionali (TH) e di sistema (CDP), rafforzata da contributi di partner accademici e aziendali su specifiche aree di competenza

2.3 La struttura del progetto

IULM porta nel progetto ISH l'esperienza maturata dal 2001 con le maggiori aziende del settore e scuole di turismo a livello internazionale

2001: primo corso triennale in Scienze del Turismo dopo la riforma 3+2 in Italia;

2004: primo master universitario in Tourism Management in lingua inglese in Italia:

- docenti delle migliori scuole di turismo (Cornell, University of Central Florida, EHL, ...)
- + 500 aziende del settore
- + 40 business plan e progetti di ricerca-intervento per le aziende partner
- + 300 alumni che lavorano in 43 paesi

2016: primo corso di laurea magistrale (M.Sc.) double degree con una hotel school di eccellenza (Rosen College of Hospitality Management della University of Central Florida);



2.4 Gli obiettivi del progetto



1. **Attrarre studenti eccellenti da tutto il mondo**
2. **Codificare e insegnare un modello italiano di hospitality**
3. **Rafforzare la reputazione dell'Italia come destinazione turistica eccellente**
4. **Sostenere lo sviluppo del capitale umano nel settore hospitality**
5. **Sviluppare l'innovazione sostenendo start up nelle aree a più alto potenziale**

2.5 I corsi di formazione

in inglese	UNIVERSITARIA	CdS triennale professionalizzante <i>Laurea - 180 CFU</i>	Master universitari <i>Diploma - 60 CFU</i>	TEMI <ul style="list-style-type: none">• Hospitality• Food & wine• Cruise• Digital
	EXECUTIVE	Corsi specialistici e master executive <i>Graduate certificate</i>		
in italiano	COACHING	Progetti di sviluppo dell'offerta <ul style="list-style-type: none">• <i>Sviluppo turistico di territori ad alto potenziale</i>• <i>Sviluppo di reti di offerta evolute su specifici target</i>• <i>Experience design</i>		

3. IL PROSSIMO APPUNTAMENTO

Convegno 10/10/2019 presso TTG di Rimini



Avvio dell'Italian Hotel School e presentazione dei risultati di 3 ricerche che tracciano linee guida per lo sviluppo del settore

**Università
IULM**

Ruolo della formazione universitaria per lo sviluppo del turismo

**Università Bicocca
/ Fondazione per
la Sussidiarietà**

Tendenze e prospettive dell'occupazione nel settore turistico

TH - CDI Labs

Le aree di innovazione a più alto potenziale nel settore hospitality