

Una esperienza di formazione e ricerca nel settore turistico: il progetto "Nuove professionalità per il mercato del lavoro Veneto".

M. Fontana*, C. Felicioni**

*Cultore della materia, Dip. di Psicologia Generale, università degli Studi di Padova

** Unindustria Padova - Divisione Università Impresa

Il progetto "*Nuove professionalità per il mercato del lavoro Veneto*", realizzato nell'ambito delle iniziative di formazione professionale superiore – area universitaria (Misura D4) è stato promosso dall'Università degli Studi di Padova – Dipartimento di Psicologia Generale, in collaborazione con Confindustria Padova e Fòrema, ente di formazione dell'Unione degli Industriali della Provincia di Padova. L'iniziativa, approvata dalla Regione del Veneto¹ nell'ambito del Programma Operativo Regionale – Obiettivo 3 del Fondo Sociale Europeo, rappresenta uno specifico intervento di formazione / ricerca individuale di carattere innovativo che si colloca sul piano delle buone prassi a livello dell'alta formazione, e che vuole rappresentare una nuova metodologia di raccordo tra l'Università e il mondo del lavoro, tra formazione e ricerca, sviluppando sinergie ed interrelazioni ad alto valore aggiunto per il sistema economico regionale.

Il Dipartimento di Psicologia Generale ha dato vita a questo progetto attivando un partenariato con Confindustria Padova – e il collegato organismo di formazione, Fòrema – in quanto tale istituzione rappresenta un soggetto particolarmente rappresentativo e qualificato del sistema produttivo del Veneto in grado di favorire la valenza professionalizzante dell'intervento, apportandone un valore aggiunto a livello occupazionale.

In sintesi, il progetto "Nuove professionalità per il mercato del lavoro Veneto" è stato pensato con un duplice obiettivo: da un lato lo sviluppo di competenze specifiche volte ad individuare nuove professionalità, non ancora diffuse o non ancora pienamente delineate, che possano ricoprire spazi di conoscenza e competenza lasciati scoperti dai profili tradizionali; dall'altro la ridefinizione di ruoli professionali (in termini di competenze, obiettivi, etc.) che possano rispondere alle continue trasformazioni del mercato.

Attraverso un percorso formativo teorico/pratico (per complessive 750 ore), integrato da un periodo di stage (250 ore), si è formata *una figura professionale con specifiche competenze nel settore della gestione delle risorse umane, delle metodologie di ricerca e dei processi organizzativi ed in particolar modo rivolta alle piccole e medie imprese*, che sempre di più si trovano ad operare in un contesto contraddistinto da crescente complessità e competitività.

¹ Approvato con Deliberazione della Giunta Regionale del Veneto N. 4057 del 19/12/2006

Parte Prima – Le attività formative

La formazione teorico-pratica, propedeutica alle successive attività di ricerca, è stata realizzata a cura dell'Università di Padova - Dipartimento di Psicologia Generale, con la supervisione del coordinatore del progetto, prof.ssa Roberta Maeran.

La formazione si è strutturata con la partecipazione a corsi, seminari e/o progetti in affiancamento anche presso la sede di Fòrema e Confindustria Padova, e si è sviluppata nel campo dell'analisi e dello sviluppo organizzativo della formazione e dell'autoformazione, dell'analisi delle risorse e dei vincoli, delle tecniche e delle metodologie di ricerca.

In un'ottica di sviluppo di una figura professionale multidisciplinare, il beneficiario del progetto ha avuto modo di partecipare ad insegnamenti non solo della Facoltà di Psicologia, ma anche organizzati da altre facoltà dell'Ateneo di Padova. La formazione, oltre che con la frequenza agli insegnamenti, si è realizzata con la partecipazione ad esercitazioni e attraverso momenti di studio individuale in un'ottica di autoformazione.

Altri momenti formativi hanno invece riguardato l'apprendimento di specifiche metodologie e in particolari l'impiego di strumenti informatici da utilizzarsi a supporto di indagini qualitative e quantitative.

Questa fase formativa ha consentito al partecipante di acquisire:

- capacità di lettura e interpretazione delle informazioni e degli stimoli provenienti dal contesto
- competenze per la definizione di un piano di ricerca e per la sua implementazione
- capacità di analisi organizzativa, con particolare riferimento alle piccole e medie imprese
- competenze per la progettazione di interventi finalizzati allo sviluppo delle risorse umane
- competenze per l'individuazione dei ruoli professionali carenti e modalità operative per il loro sviluppo.

Tali conoscenze e competenze si sono quindi applicate nella fase successiva del progetto, durante lo stage, in un contesto pratico in cui si è condotta una ricerca di carattere esplorativo.

Parte Seconda – Lo stage e le attività di ricerca

Le attività di stage, svolte presso Fòrema, hanno avuto l'obiettivo di applicare e sperimentare in un contesto pratico le conoscenze / competenze acquisite in sede di attività formativa e di ricerca.

Quale ambito di sperimentazione, l'attenzione è stata rivolta ad un settore del mercato del lavoro particolarmente dinamico e in continua evoluzione, negli ultimi anni caratterizzato da notevoli cambiamenti: il **comparto turistico veneto** (albergatori, tour operator, etc.).

Le attività realizzate durante lo stage si sono svolte come segue:

- a) analisi delle comparto Turistico del Veneto nei suoi aspetti economici, in relazione al mercato del lavoro e all'offerta formativa scolastica ed universitaria presente nel territorio regionale
- b) indagine conoscitiva:
 - definizione degli strumenti di indagine finalizzati alla raccolta di informazioni qualitative e protocollo di ricerca
 - individuazione delle imprese oggetto di indagine a livello provinciale e regionale
 - realizzazione dell'indagine mediante interviste e questionari
 - analisi dei dati
- c) collaborazione all'organizzazione dell'evento di diffusione dei risultati.

Le attività di ricerca: metodologie adottate

L'analisi del fenomeno turistico Veneto basata su una ricerca preliminare dei dati disponibili e su colloqui con testimoni del settore, ha rappresentato il primo passo per analizzare argomenti quali la promozione e l'integrazione degli operatori per il turismo (includendo anche Provincia e Regione in questa definizione), ovvero la loro capacità di collaborare e facilitare lo scambio informativo per fare del Veneto un prodotto "unitario" e che quindi possa essere presentato al resto d'Italia e all'estero nel complesso (una Regione che include varie realtà, come mare, montagna, lago, terme e città d'arte).

Le interviste

Per approfondire questi temi, si è scelta come modalità di indagine privilegiata quella delle interviste ad operatori del settore.

L'intervista semi strutturata, in un settore in forte evoluzione e caratterizzato da dinamiche complesse quale è quello del turismo, ha consentito di esplorare un più ampio spettro di argomenti, dando la possibilità agli intervistati stessi di far

emergere quelle che effettivamente essi percepiscono come problematiche o esigenze attuali.

Quali testimoni privilegiati sono stati coinvolti diciannove membri del consiglio direttivo per il turismo di Confindustria Padova e delle province di Belluno, Treviso, Venezia, Verona e Vicenza. La scelta di intervistare tali persone è avvalorata anche in considerazione del ruolo istituzionale da essi riscoperto nell'ambito del settore turismo nella regione Veneto. Oltre, infatti, ad essere imprenditori, e quindi individui che possono contare su un'esperienza ed una conoscenza diretta delle dinamiche settoriali, essi rappresentano istituzionalmente il settore stesso e quindi si fanno anche portatori delle opinioni di colleghi.

Le interviste hanno sondato tre argomenti principali: la percezione del turismo nell'area di appartenenza (in particolare i cambiamenti nel settore rispetto al passato), le professioni e le professionalità presenti o necessarie (come detto sia di livello meno qualificato che ad elevata qualifica) ed infine il ruolo della formazione e l'uso che ne viene fatto.

I questionari

A fronte dei risultati delle interviste, si è cercato di approfondire gli elementi ricorsi con maggior frequenza nelle parole degli operatori, così da poter verificare se le esigenze emerse fossero sentite anche da altri esponenti del settore e come questi le valutassero.

Lo strumento di indagine impiegato in questa fase è stato un questionario costruito ad hoc, con il quale in particolare si è cercato di affrontare gli aspetti organizzativi, di promozione e valorizzazione del territorio e quelli legati alle risorse umane. Nella versione finale lo strumento risulta costituito da 37 item su scala Likert a 5 punti, da uno spazio libero per eventuali osservazioni da parte dei compilatori e da una sezione socio-anagrafica.

Quale campione di riferimento si è individuato il complesso degli associati alla Sezione Turismo dei sette mandamenti provinciali di Confindustria Veneto. Per la sua distribuzione nel territorio regionale tale campione può infatti essere considerato rappresentativo delle realtà imprenditoriali operanti nel turismo della regione.

Con l'attivo coinvolgimento delle sezioni provinciali, il questionario è stato inviato, a mezzo e-mail, ai 264 associati della regione. La riconsegna di un numero ridotto di questionari, oltre che essere caratteristica di questa metodologia, denota, a nostro parere, una difficoltà che le interviste stesse avevano già portato alla luce, ovvero la difficoltà nel gestire il passaggio di informazioni fra le aziende per il turismo e fra queste e le istituzioni.

Più che un disinteresse, gli imprenditori forse manifestano un senso di sfiducia nei confronti di progetti attivati a livello regionale, considerati a volte strumenti puramente teorici, d'indagine, che non portano ad alcun cambiamento pratico.

Lo sviluppo di nuove professionalità nel settore del turismo

Le attività di ricerca, cercando di analizzare il mondo dell'impresa turistica, se non in termini quantitativi, almeno in termini qualitativi, per la rilevanza dei soggetti coinvolti nelle interviste e nei questionari, hanno rappresentato anche l'occasione per iniziare una analisi di quelle che possono essere nuove professionalità emergenti del settore.

Il ruolo delle risorse umane nel turismo è considerato, sia pure con un lento processo maturativo, determinante. Il comportamento turistico è infatti sempre più studiato come comportamento sociale e non solo economico, contraddistinto da motivazioni, scelte decisionali, atteggiamenti, rappresentazioni, in cui l'elemento umano ricopre un ruolo di primaria importanza.

A fronte dei dati ricavati, tre sono le esigenze principali da sottolineare:

- a) la necessità di agire sulle professionalità di bassa qualifica per farle uscire dallo stato di scarsa valorizzazione in cui si trovano;
- b) fare formazione a livello manageriale;
- c) delineare una professionalità che abbia fra le attività principali l'organizzazione di eventi e la promozione del territorio nel suo complesso.

In particolare l'esigenza di formazione manageriale per gli imprenditori del settore turistico si ricollega all'idea di considerare le strutture che si occupano di turismo come vere e proprie imprese, che vanno dunque gestite come tali. Ciò implica la necessità, per quanti le dirigono, di saper analizzare il mercato e di attuare un preciso controllo di gestione, oltre alla capacità di "specializzarsi", che si fa pregnante in molti altri settori economici e che in questi anni sta divenendo sempre più rilevanti anche in ambito turistico. La capacità di sviluppare progetti, di portarli a termine, verificando il loro andamento anche durante il loro svolgersi, il tutto con una metodologia che sia realmente adeguata agli scopi è una competenza manageriale che va sviluppata non solamente a livello di singola struttura, ma anche a livello istituzionale (Comuni, Province, Regione, enti locali coinvolti).

In sintesi, emerge la necessità di una formazione manageriale che consenta di fornire strumenti, trasferire best practices ma soprattutto creare reti di connessione tra attori socio-politici ed economici del turismo veneto.

Per concludere, alcuni cenni sono necessari in relazione ad un percorso formativo che garantisca competenze interdisciplinari e competenze interpersonali. La società attuale esige infatti un approccio sistemico e il settore turistico deve poter contare su operatori che, pur nella estrema specializzazione settoriale, siano in grado di riflettere, di analizzare fatti e fenomeni nella loro complessità, nelle loro implicazioni e nelle loro conseguenze, elaborando progetti e possibili soluzioni.

Strategica sembra la formazione di una figura che, coniugando l'aspetto creativo con quello organizzativo, si occupi della promozione del territorio a livello locale e dell'organizzazione, attraverso il coinvolgimento attivo degli attori privati e pubblici, di eventi in grado di rappresentare occasioni di crescita turistica.

Lo schema seguente (Fig. 1) permette di tracciare una prima linea sui compiti e le competenze che dovrebbe racchiudere in sé questa professionalità.

È già possibile notare come la professione riassume in sé svariate competenze e capacità. La varietà delle stesse è però sostanzialmente riassumibile in due abilità principali: quella comunicativa (che racchiude in sé le competenze del public speaking ed quelle relative alla persuasione) e quella di interpretare dati provenienti da fonti diverse, siano esse gli Osservatori regionali per il turismo con dati statistici riguardo flussi e ricettività, siti internet dedicati alla programmazione di eventi in altre aree d'Italia o specifiche attività di indagine nel territorio.

Figura 1 - Compiti e competenze per una nuova professionalità nel settore turismo in Veneto

