

Osservatorio Congiunturale Friuli-Venezia Giulia – IV trim

Documento completo relativo al sondaggio¹

1 Soggetto che ha realizzato il sondaggio

Format Research Srl.

2 Soggetto committente

Unione Regionale del Commercio del Turismo e dei Servizi del Friuli-Venezia Giulia (Confcommercio Friuli-Venezia Giulia).

3 Soggetto acquirente

Unione Regionale del Commercio del Turismo e dei Servizi del Friuli-Venezia Giulia (Confcommercio Friuli-Venezia Giulia).

4 Data o periodo in cui è stato realizzato il sondaggio

Febbraio 2025 .

5 Mezzi di comunicazione sui quali è pubblicato²

¹ Documento completo relativo al sondaggio realizzato in ottemperanza all'art. 5 del Regolamento in materia di pubblicazione e diffusione dei sondaggi sui mezzi di comunicazione di massa approvato dall'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni con delibera n. 256/10/CSP, pubblicata su GU n. 301 del 27/12/2010.

² Pubblicato su questionario/periodico cartaceo e/o elettronico, diffuso sull'emittente radiofonica, televisiva o sul sito web)

<https://www.triesteprima.it/cronaca/terziario-fvg-under-35.html>

<https://www.ilgoriziano.it/articolo/indagine-format-research-giovani-lavoro-fvg-lavoratore-su-tre-under-35-nodo-assunzioni-1-aprile-2025>

<https://www.telefriuli.it/cronaca/tg-terziario-in-fvg-7-imprese-su-10-impiegano-under-35/>

<https://www.ilfriuli.it/economia/tg-terziario-in-fvg-7-imprese-su-10-impiegano-under-35/>

<https://www.friulioggi.it/economia/terziario-friuli-venezia-giulia-giovani-dati-lavoro-1-aprile-2025/>

<https://www.ilfriuliveneziagiulia.it/giovani-e-lavoro-il-quadro-del-friuli-venezia-giulia-nei-dati-confcommercio/>

<https://www.ilpais.it/2025/04/01/terziario-fvg-il-70-delle-imprese-impiega-giovani-under-35-in-media-un-lavoratore-su-tre/>

<https://udineoggi.news/2025/04/01/focus-sul-lavoro-giovanile-a-villa-russiz-promosso-da-confcommercio-quadro-positivo/>

<https://www.nordest24.it/regione-friuli-sostegno-giovani-imprenditori-e-occupazione-under-35/>

<https://www.gaeta.it/friuli-venezia-giulia-il-turismo-e-il-commercio-atraggono-maggiormente-i-giovani-rispetto-al-resto-ditalia>

<https://www.agenzianova.com/news/fvg-confcommercio-sul-primo-trimestre-situazione-congiunturale-stabile-politiche-regione-trainano-turismo/>

<https://agenparl.eu/2025/04/01/arc-economia-regione-politiche-attive-per-imprenditoria-giovanile/>

<https://www.regione.fvg.it/rafvfg/comunicati/comunicato.act;jsessionid=390949B57CD8301424838CC4321D9C40?dir=&nm=20250401124506002>

<https://www.confcommercio.it/-/osservatorio-format-friuli-venezia-giulia>

6 Data di pubblicazione del sondaggio

01/04/2025.

7 Temi/fenomeni oggetto del sondaggio³

Economia, società attualità.

8 Popolazione di riferimento

PMI della del commercio e del turismo del FVG e Giovani lavoratori e studenti residenti in FVG under 35.

9 Estensione territoriale del sondaggio

Friuli-Venezia Giulia.

10 Metodo di campionamento⁴

Campione rappresentativo delle PMI del commercio e del turismo. Classe di addetti (1-9 addetti, 10-49 addetti, 50-249 addetti, oltre 249 addetti); Settore di attività economica (commercio, turismo).

11 Metodo di raccolta delle informazioni

Interviste somministrate con il Sistema Cati (*Computer Assisted Telephone Interview*)/Cawi (*Computer Assisted Web Interview*).

³*Economia, società attualità, costume, marketing, salute, etica, ambiente etc.).*

⁴ *Rappresentatività del campione inclusa l'indicazione se trattasi di campionamento probabilistico o non probabilistico del panel e l'eventuale ponderazione*

12 Numerosità campionaria e sostituzioni

Numerosità campionaria complessiva: 1.536 casi. Intervallo di confidenza 95% (Errore $\pm 2,5\%$).

13 Testo integrale delle domande⁵

20. Pensando agli addetti della Sua impresa, quanti tra questi (in percentuale) sono lavoratori "giovani", ossia con una età inferiore ai 34 anni?

*Percentuale

*Nessuno

TOTALE RISPONDENTI 100,0%

21. Se la Sua impresa ha fatto ricerca del personale negli ultimi tre anni (2022-24), ha avuto problemi nel reclutamento dei giovani?

*Non abbiamo fatto ricerca del personale

*Abbiamo fatto ricerca del personale, ma non eravamo interessati ad assumere persone giovani o proprio non li cercavamo affatto giovani

*Abbiamo fatto ricerca del personale e abbiamo avuto molte difficoltà

*Abbiamo fatto ricerca del personale. Abbiamo avuto qualche difficoltà

*Abbiamo fatto ricerca del personale. Non abbiamo avuto difficoltà

TOTALE RISPONDENTI 100,0%

22. (Solo alle imprese che hanno fatto ricerca del personale) E' riuscita ad assumere quanti dei giovani che stavate cercando, sul totale di quelli dei quali avevate bisogno?

*Percentuale |__| %

*Nessuno

TOTALE RISPONDENTI 57,4%

⁵ Testo delle domande e percentuale delle persone che hanno risposto a ciascuna domanda

23. (Solo alle imprese che hanno fatto ricerca del personale) **Per quali delle seguenti ragioni la sua impresa era interessata ad assumere i giovani dei quali aveva bisogno?**

*L'impresa sta innovando, abbiamo bisogno dei giovani per disporre di nuove competenze nelle nuove tecnologie⁶

*La nostra impresa ha bisogno di collaboratori flessibili e in grado di adattarsi ai nostri orari e ritmi di lavoro⁷.

*Perché i giovani, anche se privi di esperienza, hanno quell'entusiasmo che è necessario alle imprese come la nostra⁸.

*Perché è necessario nell'impresa creare un ambiente di lavoro intergenerazionale, dove le diverse competenze e prospettive si completano a vicenda.

*Perché i giovani sanno adattarsi meglio ad una clientela sempre più variegata e con background differenti⁹.

TOTALE RISPONDENTI 57,4%

24. (Solo alle imprese che non sono riuscite ad assumere tutti i giovani dei quali avevano bisogno) **L'impossibilità di reclutare i giovani, o una parte dei giovani collaboratori, dei quali l'impresa aveva bisogno ha comportato una riduzione dei ricavi dell'impresa?**

*Sì,

*No

TOTALE RISPONDENTI 37,3%

25. (Se Sì) **.....di quanto in percentuale?**

|___|%

⁶ Nuove competenze e tecnologie: I giovani possiedono spesso competenze digitali avanzate e familiarità con le nuove tecnologie, elementi fondamentali per il successo nel settore del commercio e del turismo, sempre più orientati verso l'online e l'innovazione.

⁷ Flessibilità e adattabilità: I giovani sono generalmente più flessibili e aperti al cambiamento, qualità preziose in un settore dinamico come quello turistico-commerciale. La loro capacità di adattarsi a ritmi di lavoro variabili e alle esigenze dei clienti è un valore aggiunto.

⁸ Entusiasmo e spirito di iniziativa: L'energia e la volontà di apprendere dei giovani possono portare nuove idee e un approccio fresco al lavoro, stimolando l'innovazione e il miglioramento continuo.

⁹ Diversità e inclusione: L'inserimento di giovani di diverse provenienze e con differenti background culturali può arricchire l'ambiente di lavoro e favorire una migliore comprensione delle esigenze di una clientela sempre più variegata.

TOTALE RISPONDENTI 25,0%

26. (Solo alle imprese che non sono riuscite ad assumere tutti i giovani dei quali avevano bisogno) **L'impossibilità di reclutare i giovani, o una parte dei giovani collaboratori, dei quali l'impresa aveva bisogno ha comportato una maggiore difficoltà / impossibilità di sviluppare i programmi di innovazione previsti?**

*Non siamo riusciti a implementare gli investimenti previsti

*Siamo riusciti solo in parte ad implementare gli investimenti previsti

*Non abbiamo avuto problemi e siamo riusciti solo in parte ad implementare gli investimenti previsti

TOTALE RISPONDENTI 37,3%

27. Per quali ragioni, a suo avviso, la sua impresa non è riuscita ad assumere i giovani dei quali aveva bisogno?

*Mancanza di candidati con le competenze adeguate¹⁰.

*Mancanza di candidati con esperienze lavorative anche minime richieste¹¹.

*Retribuzione ritenuta insufficiente da parte dei candidati¹².

*L'impresa non era in grado di assicurare la conciliazione studio/lavoro¹³.

*Contratto di lavoro non ritenuto adeguato (a tempo determinato, stagionale, con contratto flessibile, etc)¹⁴.

*Mansioni e ruoli non ritenuti attrattivi dai giovani¹⁵.

*Distanza del luogo di lavoro ritenuta eccessiva rispetto all'abitazione dei candidati.

¹⁰ Mancanza di competenze adeguate: Spesso i giovani non possiedono le competenze specifiche richieste per determinate posizioni nel settore turistico-commerciale, come ad esempio competenze linguistiche avanzate, conoscenze specialistiche in ambito turistico o competenze digitali specifiche.

¹¹ Scarsa esperienza lavorativa: Molte aziende preferiscono assumere candidati con esperienza pregressa, rendendo difficile l'ingresso nel mondo del lavoro per i giovani che ne sono privi.

¹² Aspettative retributive elevate: A volte i giovani hanno aspettative retributive superiori a quanto le aziende sono disposte a offrire, soprattutto per le posizioni entry-level.

¹³ Difficoltà a conciliare studio e lavoro: Per gli studenti, può essere difficile conciliare gli impegni di studio con un lavoro nel settore turistico-commerciale, che spesso richiede flessibilità e disponibilità a lavorare durante i weekend e le festività.

¹⁴ Precarietà del lavoro: Il settore turistico-commerciale è spesso caratterizzato da contratti a termine e lavoro stagionale, il che può scoraggiare i giovani alla ricerca di un impiego stabile e duraturo.

¹⁵ Mancanza di attrattività del settore: A volte il settore turistico-commerciale non è percepito come attrattivo dai giovani, che preferiscono altri settori considerati più prestigiosi o con maggiori opportunità di carriera.

TOTALE RISPONDENTI 100,0%

28. A suo avviso quali strategie potrebbero essere messe in atto per superare queste difficoltà da parte del policy makers o comunque dagli enti preposti?

- *Implementare programmi di formazione mirati e/o migliorare quelli esistenti in Friuli Venezia Giulia per le specifiche professionalità, ruoli e mansioni¹⁶.
- *Implementare corsi di "alta formazione" in FVG per gli addetti al commercio e al turismo, così come avviene in altre regioni.
- *Valorizzare ulteriormente lo strumento dei tirocini¹⁷.
- *Offrire incentivi alle imprese che assumono i giovani, di modo da consentire a questi ultimi di avere una retribuzione più alta¹⁸.
- *Promuovere l'immagine pubblica del settore nel quale operano le imprese come la nostra, di modo che sia più attrattivo¹⁹.
- *Mettere a disposizione delle imprese tutor e mentori²⁰.
- *Istituire un sistema di certificazione delle competenze acquisite dai giovani per renderle spendibili nel mercato del lavoro.

TOTALE RISPONDENTI 100,0%

29....e quale è la più importante tra queste?

- *Implementare programmi di formazione mirati e/o migliorare quelli esistenti in Friuli Venezia Giulia per le specifiche professionalità, ruoli e mansioni.
- *Implementare corsi di "alta formazione" in FVG per gli addetti al commercio e al turismo, così come avviene in altre regioni.
- *Valorizzare ulteriormente lo strumento dei tirocini.
- *Offrire incentivi alle imprese che assumono i giovani, di modo da consentire a questi ultimi di avere una retribuzione più alta.

¹⁶ Formazione mirata: Implementare programmi di formazione specifici per il settore turistico-commerciale, che forniscano ai giovani le competenze richieste dalle aziende.

¹⁷ Apprendistato e tirocini: Promuovere contratti di apprendistato e tirocini che permettano ai giovani di acquisire esperienza lavorativa sul campo e di essere retribuiti durante la formazione.

¹⁸ Incentivi per le aziende: Offrire incentivi alle aziende che assumono giovani, come ad esempio sgravi fiscali o contributi per la formazione.

¹⁹ Promozione del settore: Valorizzare l'immagine del settore turistico-commerciale, evidenziandone le opportunità di carriera e la possibilità di crescita professionale.

²⁰ Affiancare ai giovani apprendisti e tirocinanti tutor e mentor aziendali che li supportino nel loro percorso di crescita professionale e ne facilitino l'integrazione nel team di lavoro.

*Promuovere l'immagine pubblica del settore nel quale operano le imprese come la nostra, di modo che sia più attrattivo.

*Mettere a disposizione delle imprese tutor e mentori.

*Istituire un sistema di certificazione delle competenze acquisite dai giovani per renderle spendibili nel mercato del lavoro.

TOTALE RISPONDENTI 100,0%

30. A volte le imprese del commercio e del turismo perdono i collaboratori più giovani, che preferiscono dare le dimissioni per andare a lavorare in altre imprese del commercio e del turismo in altre regioni italiane: in Veneto, in Trentino Alto Adige, a volte all'estero. Quanto ritiene rilevante questo fenomeno in termini di gravità per le imprese del suo settore?

*Molto rilevante, anche la nostra impresa ha avuto a che fare spesso con questo fenomeno

*Abbastanza rilevante, la nostra impresa ha avuto a che fare con questo fenomeno

*Scarsamente rilevante, è un fenomeno che esiste, ma che non ha mai riguardato la nostra impresa

*Per nulla rilevante.

31. A suo avviso quali iniziative potrebbero essere messe in campo per favorire una maggiore attrattività delle imprese del commercio e del turismo della nostra regione, il FVG, presso i giovani?

*Piattaforme online dove aziende, istituzioni formative e giovani possono condividere informazioni, offerte di lavoro, percorsi formativi, esperienze e migliori pratiche.

*Campagne di sensibilizzazione a livello nazionale sulle opportunità di lavoro in FVG²¹.

*Sfruttare i social media per comunicare con i giovani²².

*Organizzare eventi informali di networking, come aperitivi o incontri sportivi, per favorire la conoscenza reciproca tra giovani, aziende e istituzioni formative.

TOTALE RISPONDENTI 100,0%

²¹ Realizzare campagne di comunicazione per sensibilizzare i giovani sulle opportunità offerte dal settore turistico-commerciale, evidenziandone gli aspetti positivi e le prospettive di carriera.

²² Uso dei SM, condividendo informazioni utili, offerte di lavoro, storie di successo e consigli per la ricerca di lavoro.