



Formazione e occupazione Il turismo a caccia di talenti

Un comparto importante della nostra economia, quello del turismo, in grado di produrre più del 10% del Pil e più del 12% degli occupati. Incoraggianti i dati del primo trimestre che registrano più del doppio delle assunzioni rispetto allo stesso periodo del 2016 e il triplo di quelle stagionali. Ma si può fare di più migliorando la qualità dell'offerta ricettiva e la formazione; puntando sull'innovazione tecnologica, adeguandosi alle trasformazioni del mercato

➡ a cura di TiCo

Stando ai dati di Unioncamere sarebbero 44.840 le assunzioni del primo trimestre del 2017. Più del doppio rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, quando erano 18.040. Triplicati risultano gli stagionali: 21 mila, contro i 7.090 del trimestre 2016. Con il segno più anche il 2016, che registra una crescita del 5,4% di assunzioni sullo scorso anno, assestandosi a 178.820 e con il 6,5% in più di non stagionali (52.320 unità) e un aumento del 5% degli stagionali (126.500 unità). Numeri importanti che spiegano l'impegno del governo nel mettere al centro delle sue politiche questo settore. Un impegno che si è concretizzato anche con la messa a punto del Piano Strategico del Turismo. Di questo e non solo, si è parlato nel corso della manifestazione FareTurismo a Roma al Salone delle Fontane all'Eur: tre giorni per confrontarsi con esperti del settore e in cui numerosa è stata l'affluen-

za di giovani che si sono candidati alle posizioni aperte da To e aziende che li hanno incontrati e valutati nei propri stand. «Se nel nostro Paese tutti riconoscono che il turismo è risorsa fondamentale rispetto ad altri settori, allora il governo deve dichiararlo obiettivo strategico impegnandosi con norme dedicate dal punto di vista fiscale, lavorativo e che abbassino il costo del lavoro». Così ha detto **Ignazio Abrignani** presidente Osservatorio Parlamentare per il Turismo, nel suo intervento alla conferenza stampa di apertura della manifestazione in cui si è parlato di formazione e occupazione. Coordinatore **Ugo Picarelli**, direttore di FareTurismo, che ha invitato a intervenire **Francesco Palumbo**, direttore generale Turismo del Mibact; **Claudio Albonetti**, presidente Assoturismo Confesercenti; **Giorgio Palmucci**, presidente di Confindustria-Alberghi; **Adriano Meloni**, as-

assessore allo Sviluppo economico, Turismo e Lavoro di Roma Capitale; **Giuseppe Roscioli**, vicepresidente vicario Federalberghi. «Il Piano Strategico per il Turismo dà grande prospettiva di crescita quindi di occupazione e mi auguro che ci siano le risorse necessarie perché tutto ciò avvenga», ha aggiunto **Abbrignani**. E gli fa eco Francesco **Palumbo**: «Il Piano ha messo insieme gli obiettivi dei diversi protagonisti del turismo, infatti, è stato scritto con le Regioni e gli operatori del settore per condividerne le priorità: questo vuol dire che il governo ha già preso atto che è un settore strategico su cui puntare per il rilancio dell'economia». Quattro gli obiettivi principali del PST: il primo è la valorizzazione del territorio integrando consolidando e migliorando la qualità di destinazioni e prodotti esistenti (l'80 per cento della domanda italiana è concentrata sul balneare) e sviluppandone di nuovi per soddisfare la domanda dei paesi emergenti. Il secondo obiettivo punta a mettere il turista al centro dell'esperienza. «Dobbiamo capire cosa vogliono e come ci vedono i visitatori per conquistare nuovi mercati, come ad esempio quello cinese che ad oggi muove 80 milioni di viaggiatori nel mondo e a breve saranno 500 milioni». Il terzo obiettivo è integrazione e interoperabilità: due concetti chiave della strategia complessiva del Piano, che riflettono l'esigenza di promuovere un'azione coordinata fra organizzazioni diverse ed eterogenee che condividono obiettivi, pubblici o di impresa, reciprocamente vantaggiosi. Le politiche per il turismo non possono essere solo settoriali. L'attrazione turistica è la risultante di fattori molteplici, come la disponibilità delle infrastrutture e dei servizi, l'accessibilità dei luoghi, la qualità ter-



Da sin., Ignazio Abrignani, presidente Osservatorio Parlamentare per il Turismo; Ugo Picarelli, direttore di FareTurismo; Adriano Meloni, assessore allo Sviluppo economico, Turismo e Lavoro di Roma Capitale

ritoriale in senso ampio, la regolazione delle imprese e della concorrenza, le condizioni di lavoro. «Integrare le politiche è un'esigenza che comporta, naturalmente, la cooperazione permanente e organizzata delle istituzioni e delle agenzie che, ai diversi livelli (nazionale, regionale e territoriale) ne sono titolari. Una condizione per la costruzione delle politiche è inoltre integrare gli attori del sistema del turismo, che ha al suo centro il vastissimo e variegato sistema delle imprese».

Competitività e lavoro

Il 4 punto del PST si sviluppa su competitività e lavoro. La capacità competitiva dell'Italia nel mercato internazionale del turismo ha attualmente potenzialità non completamente espresse. Il nostro Paese rimane una meta di eccellenza ma con diverse aree di miglioramento che, in linea generale, riguardano: l'innovazione tecnologica e organizzativa, la reattività alle trasformazioni del mercato, le competenze e le condizioni per l'attività delle imprese. «Dobbiamo migliorare la qualità dell'offerta ricettiva», su cui pure lavoriamo con il mondo delle imprese perché il

A sin., Francesco Palumbo, direttore generale Turismo del Mibact. Qui sotto, Giuseppe Roscioli, vicepresidente vicario Federalberghi e Patrizio Roversi





Un momento della conferenza stampa

tax credit tende a garantire nei prossimi anni 420 milioni complessivi per riqualificare l'offerta del patrimonio di accoglienza italiano - ma dobbiamo lavorare anche per migliorare l'accoglienza in generale», precisa Palumbo, anche perché «fare la guerra ai colossi della sharing economy non paga, meglio che gli alberghi si concentrino sulla qualificazione della propria offerta», sostiene, «affinché chi incontra il turista sia una persona competente in materia, conosca le lingue e sappia raccontare l'esperienza territoriale». Su questi punti si deve concentrare chi opera in prima linea: dall'albergatore alle hostess che accolgono il cliente in aeroporto agli operatori turistici che vanno preparati a dovere. Il sistema universitario non è in grado di fornire servizi di formazione nel corso della vita lavorativa di un operato-

Claudio Albonetti, presidente Assoturismo Confesercenti



re. «Per questo con gli Its potremmo capire, regione per regione, di che tipo di formazione hanno bisogno le imprese del territorio e con queste ultime definire il programma formativo sulle proprie esigenze ed esperienze». Altri punti su cui bisognerà lavorare per qualificare l'offerta, sono la conoscenza delle lingue straniere e il digitale, vero gap del nostro sistema pubblico e imprenditoriale privato che «si potrebbe riqualificare coinvolgendo le competenze dei giovani». Palumbo ha annunciato quindi la costituzione, a breve, di un board per assicurare un percorso formativo d'eccellenza rispondente alle necessità delle imprese e del mercato. «Parteciperanno il mondo delle imprese, quello accademico, il Mibact e il Miur per approntare le linee-guida che individuino anche nuove figure professionali». **Albonetti** nel ricordare che le imprese ricettive in Italia sono circa 34 mila e le strutture pubbliche che organizzano il turismo sul territorio 13.500, afferma: «Dovremmo volare ma non è così. Fenomeni come la sharing economy si stanno affermando sempre più e non certo per la qualità dell'offerta ma perché costano meno. Se vogliamo rivitalizzare il sistema bisogna riscrivere le regole, fare un piano strategico in cui alle imprese venga chiesto quali sono i fattori limitanti, affinché possano avere migliori performance per il futuro del nostro turismo, dei nostri territori e dell'economia diffusa». Secondo **Palmucci** «il turismo continuerà a crescere nel Belpaese sia dal punto di vista

quantitativo, che qualitativo, creando nuovi posti di lavoro perché lo spazio c'è, per lavorare, se teniamo presente i nuovi desideri e le nuove aspettative del viaggiatore. E la formazione in questo senso è fondamentale così come sono importanti gli stage perché la teoria deve essere accompagnata dalla pratica». Concorde **Giuseppe Roscioli**: «Oggi si cercano sempre più figure specializzate, che conoscano almeno due lingue straniere, legate al web, per esempio nel pricing o nel food & beverage, a cui l'offerta formativa deve rispondere». il vicepresidente di Federalberghi sottolinea «il gap tra formazione e mondo delle imprese e lo stage se di almeno sei mesi è una delle soluzioni vincenti per chi aspira all'assunzione». Formazione e preparazione all'accoglienza quindi, «ma anche trasporti e promozione sono temi su cui bisognerà lavorare per dare una marcia in più al turismo». A mettere a fuoco uno dei limiti della ricettività nella Capitale, dove il turismo è la principale risorsa generando ogni anno un indotto di 10 miliardi di euro sui 130 mld complessivi, è l'assessore allo Sviluppo



Giorgio Palmucci,
presidente di
Confindustria-Alberghi

po Economico e al Turismo **Adriano Meloni**: «Si può fare di più se consideriamo che ogni anno arrivano 14 milioni di turisti e la durata media del soggiorno è di 2,4 notti e i due terzi dei visitatori non tornano più». Un problema legato, secondo l'assessore, alla mancanza di un'accoglienza adeguata e sul quale occorre intervenire migliorando due aspetti fondamentali: professionalità e serietà. A Roma 200 mila persone lavorano nel turismo e bisogna puntare sull'innalzamento del livello professionale così come su quello delle strutture ricettive il cui giudizio da parte dei turisti risulterebbe più basso rispetto a quello di Berlino o di Londra. «Se riusciremo a innalzare di qualche punto il giudizio, potremo fare grandi passi avanti», ha aggiunto. ■

Il primo passo del Piano Strategico per il Turismo è la valorizzazione del territorio integrando consolidando e migliorando la qualità di destinazioni e prodotti esistenti e sviluppandone di nuovi per soddisfare la domanda dei paesi emergenti

