



Rimettersi in gioco... Anche dopo i 40

Ecco alcune idee su come si può ricominciare dopo aver perso il lavoro anche se non si è più giovanissimi, magari trasformando una passione in business e scoprire che a volte, quando si chiude una porta, si apre un portone

➡ **TiCo**

Restare senza lavoro quando si è giovani è triste ma lo è ancor di più quando si è superata la soglia dei 40. Ecco allora qualche suggerimento per ricominciare col piede giusto. Innanzitutto essere flessibili e soprattutto cercare di pensare che non tutti i cambiamenti vengono per nuocere, ma, anzi: spesso si chiude una porta e si apre un portone. E magari, all'improvviso, scopriamo che abbiamo tutte le capacità per diventare guide turistiche o cake designer, giusto per citare qualche esempio. È accaduto ad una mia amica che a 45 anni, dopo aver perso il lavoro di agente di viaggi, ha deciso di cambiare vita. Dopo aver fatto l'esame di stato si è mes-

sa a fare la guida turistica. Oggi ha un lavoro che finalmente la soddisfa non solo perché fa quello per cui ha studiato laureandosi in storia dell'arte, ma anche perché guadagna discretamente. Certo non tutti hanno la laurea. Ecco, allora, alcuni lavori dove c'è ancora spazio anche per chi non è giovanissimo e non possiede una laurea. Si tratta di professioni emergenti che all'estero si sono già affermate, come quella del *food shopper* che – anche grazie al successo che stanno ottenendo i prodotti made in Italy all'estero – si sta affermando sempre più anche nel Belpaese. Si tratta di una vera e propria guida del gusto, un esperto di prodotti enoga-



Tra i profili più richiesti in rete, ci sono il web marketing manager, con il compito di sviluppare le strategie sui nuovi media, l'e-commerce manager, che deve assicurare il raggiungimento degli obiettivi di fatturato dell'online; e il community manager, responsabile della community e della web reputation aziendale

è pratico di internet, c'è anche il *food writer*, un blogger esperto della materia che indirizza i consumatori verso quelli che sono i prodotti, le case produttrici o le iniziative dove mangiare e bere bene. Si tratta di una figura professionale sempre più ricercata dai marketing manager delle aziende che hanno capito l'importanza delle recensioni sui blog e social network nell'indirizzare le scelte dei consumatori.

Lavorare con i Vip

Quando si visita un paese nuovo si ha sempre paura di essere raggirati. Se quindi si desidera acquistare un prodotto di eccellenza bisogna avvalersi di una figura specifica che oltre a dispensare consigli

Se si ha la passione per la moda, si può diventare personal shopper e proporre itinerari personalizzati, ottimizzando tempo e budget a disposizione



stronomici che accompagna i turisti, soprattutto stranieri, consigliandoli negli acquisti, ma non solo, è anche in grado di suggerire il ristorante, la cantina, le botteghe storiche o il produttore d'olio giusti. Se si è completamente a digiuno della materia, allora è meglio fare prima un corso, cercando magari l'indirizzo giusto su internet. Ci sono numerosi tour operator soprattutto nei mercati emergenti che richiedono il food shopper in Italia, sia per accompagnare imprenditori interessati a importare prodotti, che per accompagnare i turisti. I tour operator si sono resi conto, infatti, che proporre sentieri dell'olio o del vino o visite ad antiche botteghe, significa dare un valore aggiunto ad una vacanza. Scoprendo i prodotti e la loro lavorazione i clienti possono infatti meglio entrare in contatto con tradizioni, usi e costumi locali approfondendo la conoscenza del paese visitato. Restando nell'ambito dell'enogastronomia, per chi



Il consulente di viaggio è oggi il miglior interprete delle esigenze dei viaggiatori 2.0, una figura professionale che consente alle agenzie tradizionali di recuperare le quote di mercato erose dal web

abbia a portata di mano una vera e propria mappatura di tutto ciò che concerne lo shopping. Ecco perché sono molte le società straniere e i tour operator che si avvalgono, soprattutto per la loro clientela Vip, del *personal shopper* che propone itinerari personalizzati, ottimizzando tempo e budget a disposizione. Se quindi si ha la passione per la moda la si può trasformare in una nuova strada professionale. Il consulente agli acquisti deve essere continuamente aggiornato sulle nuove tendenze e su ciò che il mercato propone. Per avere un'idea di cosa stiamo parlando basta fare un giro in internet e si potranno trovare numerosi siti di privati e socie-

tà che forniscono questo servizio. Numerosi anche i corsi che si svolgono principalmente a Roma e Milano. Per trovare occupazione in questo settore è consigliabile parlare con i direttori degli alberghi e i tour operator stranieri ma anche farsi un blog e pubblicizzarlo sui social network.

Il consulente di viaggi

Fra le professioni sempre più ricercate c'è quella del consulente di viaggi: un professionista della vacanza specializzato nel mettere a punto soluzioni su misura in base alle esigenze del cliente e che in Italia può operare solo se è un collaboratore

di un'agenzia di viaggio, ma fuori dalle mura dell'ufficio, incontrando i clienti a domicilio. Oltre alla comodità, l'elemento vincente è la capacità di offrire una consulenza molto qualificata, sapendo proporre viaggi innovativi, diversi da quelli offerti nei classici cataloghi. «Internet ha completamente stravolto negli ultimi anni l'approccio al turismo», spiega **Gianpaolo Romano**, ad di CartOrange-Viaggi su Misura, «l'alternativa fai da te è molto più accessibile rispetto al passato, anche se, facendo tutto da soli, vengono a mancare i fattori sicurezza e garanzia che solo i professionisti del settore possono dare. Ecco allora emergere il ruolo del consulente di viaggi, grazie al quale le agenzie potranno recuperare quelle quote di mercato che oggi Internet continua ad erodere. È una figura in grado di offrire comodità, rapidità e convenienza unite alla garanzia del servizio di una regolare agenzia di viaggi». Insomma, il miglior interprete delle esigenze dei viaggiatori 2.0. Per esempio, sul sito cartaorange.com ogni viaggiatore può scegliere il consulente che preferisce, leggendo i profili di quelli presenti nella propria zona e contattando quello con cui hanno più affinità. Sul sito si può avere un'idea di come funziona il lavoro e se si vuole iniziare l'attività si può dare un'occhiata all'indirizzo consulentediviaggio.it.

Digital&New Media

Quello del digital e dei new media è stato uno dei pochi settori professionali ad aver visto una chiusura positiva nel 2012, con un aumento del 20% della richiesta di profili professionali specializzati. E si prevede un ulteriore 25% nel corso del 2013. Emerge dai dati sull'occupazione di Michael Page che testimonia quanto il comparto rappresenti un universo in rapida espansione dove le aziende richiedono sempre più figure specializzate, e parallelamente vede la nascita di nuovi profili. Una conferma che il settore assume un'importanza sempre più rilevante nelle aziende. Tuttavia l'Unione Europea (pacchetto per l'occupazione adottato ad Aprile 2012) denuncia un tasso di laureati e professionisti nel settore ICT decisamente inferiore al fabbisogno. Oggi la richiesta maggiore avviene in ambito di visibilità e pubblicità, ricerca e sviluppo di

contenuti, web marketing strategico, brand and reputation advice. I profili più richiesti, secondo l'osservatorio sul mercato del lavoro di Michael Page International, risultano essere il *web marketing manager*, figure con responsabilità dello sviluppo delle strategie di marketing sui nuovi media (web, mobile, tecnologie digitali), gli *e-commerce manager*, che hanno la responsabilità di assicurare il raggiungimento degli obiettivi di fatturato del canale online; i *community manager*, responsabili della community on-line e della reputazione digitale delle varie aziende; i *publisher manager*, coloro che gestiscono gli accordi commerciali tra chi investe in spazi pubblicitari e gli editori dei siti, e infine i *chief technology officer*, professionisti che scelgono le migliori soluzioni tecnologiche e strategiche per i prodotti aziendali. ■

Grazie al successo dei prodotti made in Italy, sta prendendo sempre più piede la figura del food shopper, una guida del gusto che accompagna i turisti stranieri, consigliandoli negli acquisti di prodotti tipici, oltre che su ristoranti, cantine, aziende agricole e botteghe

