

I. MATERIELE MIJNARODNOGO KRUGLOGO STOLU «UKRAJNA-ITALIA: SPIVROBITNICTVO U GALUZI TURIZMU»

Монтекіарі А., Карфанья Е.

ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА У СЕКТОРІ ТУРИЗМУ

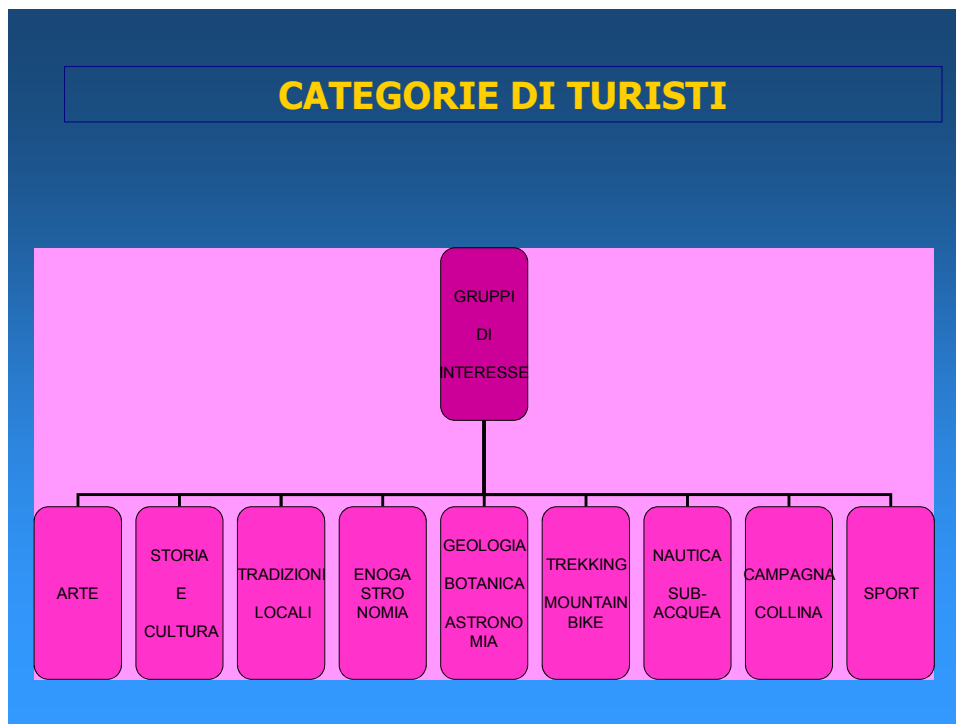
Il mercato del lavoro, nel settore turistico, data la sua complessità, in Italia presenta una richiesta di personale altamente qualificato, che le Istituzioni formative non riescono ancora a soddisfare. La risposta va impostata in termini di filiera formativa, a livello orizzontale, fra istituzioni con vocazioni affini, e verticale, fra i diversi gradi di istruzione, con particolare attenzione, a tutti i livelli, alla creazione di una collaborazione efficace con gli operatori, pubblici e privati, del settore.

Зважаючи на складність організації ринку праці у секторі туризму в Італії спостерігається зростання попиту на високо кваліфікованих фахівців. Спеціалізовані навчальні заклади на теперішній час не задовольняють таку потребу ринку у повному обсязі. Відповідь має бути у формуванні тісних зв'язків між спеціалізованими навчальними закладами на горизонтальному рівні, та вертикальних зв'язків між відповідними навчальними закладами різних рівнів освіти, звертаючи особливу увагу на всіх рівнях на практичну підготовку фахівців завдяки тісним зв'язкам з державним та приватним виробничим сектором.

La formazione nel settore turistico è oggi chiamata a tener conto di un mercato del lavoro sempre più complesso, che offre molteplici opportunità e che necessita pertanto di personale qualificato. In Italia sono stati classificati ben 52 tipologie di turismo, tra cui alcune decisamente innovative (quali il turismo sostenibile, l'ecoturismo, il turismo solidale, il turismo sostenibile, l'agriturismo, il turismo della terza età, il turismo enogastronomico).

Analogamente ricca ed eterogenea è la domanda da parte dei turisti che si possono classificare per fasce d'età (cfr. tab. 1) e per gruppi di interesse (cfr. tab.2)





Di fatto la domanda, un tempo orientata verso prodotti standardizzati ed un turismo di massa, sta cambiando. Sono mutati i contesti demografici, con un invecchiamento della popolazione e con un aumento del numero degli anziani, i quali, non essendo più inseriti nel ciclo lavorativo, non programmano i loro spostamenti sulla base delle logiche tradizionali ferie-vacanze. Di conseguenza si è creata una maggiore mobilità, che comporta una destagionalizzazione dei flussi turistici. D'altra parte l'Italia offre risorse fruibili durante tutto l'arco dell'anno (cfr. tab. 3, 4).





Va rilevato inoltre che, a prescindere dalla motivazione che muove un turista, le statistiche mostrano che questi è interessato a molteplici aspetti della località in cui sceglie di soggiornare (cfr. tab. 5).

Attività svolte			
Possibili più risposte; % calcolata sul totale turisti			
	Italiani	Stranieri	Totale
Attività sportive	64,1	61,5	63,8
Escursioni	31,9	51,6	34,4
Ho degustato i prodotti tipici locali	24,0	29,7	24,7
Ho fatto shopping	22,4	15,7	21,6
Ho assistito a spettacoli musicali	19,7	16,7	19,4
Ho partecipato ad eventi enogastronomici	15,9	23,4	16,9
Ho visitato monumenti e siti archeologici	14,7	23,4	16,9
Ho visitato musei e/o mostre	12,2	29,3	14,4
Ho partecipato ad eventi folkloristici	12,0	12,2	12,0
Ho partecipato a spettacoli teatrali o cinematografici	8,9	5,9	8,5
Ho partecipato a convegni, congressi, fiere, manifestazioni espositive	7,3	9,2	7,6
Ho acquistato prodotti tipici o dell'artigianato locale	6,9	11,6	7,5
Sono andato in centri benessere (saune, ecc.)	5,1	11,5	5,9
Gite in barca privata	5,2	5,1	5,2
Ho assistito a spettacoli sportivi	3,8	4,5	3,9
Ho svolto attività agricole	3,2	0,4	2,8
Gite in barca a noleggio	2,2	0,9	2,1
Altro	1,3	0,4	1,1

Ne consegue che nel turismo vi è una ricerca non solo di nuove destinazioni, ma anche di una diversa gamma di prodotti. Il turista è orientato all'acquisto di singoli prodotti e servizi, corrispondenti ai propri interessi e bisogni. Pertanto si rende necessario, da parte degli operatori, costruire modelli flessibili, personalizzabili a seconda delle esigenze dei consumatori. Il prodotto turistico deve essere concepito in un'ottica di valorizzazione delle specificità del

contesto ed in modo tale da permettere il massimo della personalizzazione della vacanza.

Molte sono le professioni innovative che si offrono nel mercato del lavoro

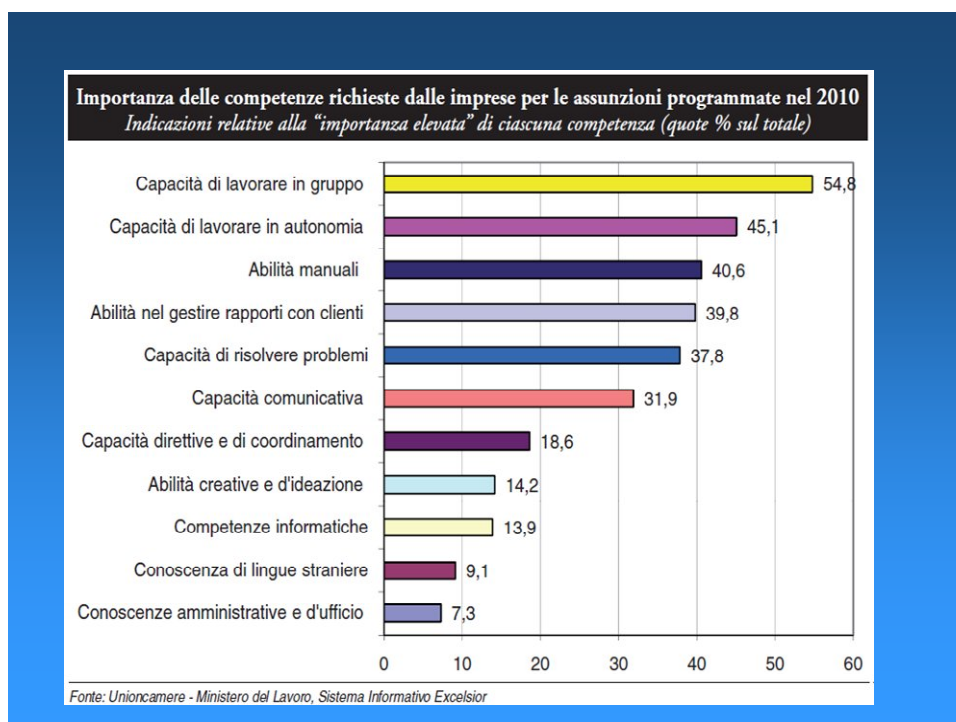
- Sales and revenue manager (capo del ricevimento, responsabile dell'ottimizzazione della ricettività);
- Web project manager (colui che sviluppa soluzioni web per la promozione turistica);
- Addetto alle relazioni;
- Esperto marketing territoriale e di comunicazione turistica
- Responsabile marketing turistico
- Operatore incoming;
- Promotore di turismo sostenibile;
- Change agent di catena alberghiera;
- Responsabile associati (aggregazione dei hotel o agenzie di viaggi);
- Operatore del turismo enogastronomico;
- Travel manager, l'operatore dei sistemi turistici, responsabile del controllo di gestione;
- Accompagnatore sciistico per non vedenti;
- Accompagnatore culturale per il lungo raggio;
- Formulatore di soggiorni integrati sulle città a disposizione degli accompagnatori di utenze differenti;
- Mediatore delle tradizioni culturali (heritage interpreter);
- Programmatore turistico: pianifica, organizza e collauda viaggi e soggiorni;
- Guida ecologica: lavora in aree protette e contribuisce a divulgarne il valore;
- Manager e meeting planner, professional congress organizer: richiede specializzazione totale e ottime capacità organizzative in campo congressuale;
- Heritage promoter: promuove l'attività e l'immagine turistica a livello locale, valorizzando il patrimonio culturale, artistico e storico;
- Destination manager: è lo specialista nell'accoglienza sul territorio e agisce su progetti di salvaguardia e valorizzazione del patrimonio della località
- Operatore di agenzia turistica dettagliante: lavora in piccole realtà
- Consulente e guida per il tempo libero (dà informazioni mirate: monumenti, musei, parchi, sagre, mercatini, alberghi, centri commerciali etc.; guida turistica personalizzata che permette ai turisti di visitare in maniera intelligente un paese;
- Consulente turistico locale, svolge una funzione di mediazione fra i consumatori e le risorse culturali del territorio;
- Event manager (valuta l'interconnessione del turismo con le manifestazioni esterne);
- Asset manager, intermediario tra i finanziatori e la gestione alberghiera;

- Personal shopper, che guida ed assiste il cliente negli acquisti.
- Diverse sono le opportunità di lavoro con buona possibilità di riuscita (cfr. tab.6)

PERFORMANCE MIGLIORI	
	POTENZIALITA' – possibilità di successo
Punto vendita di prodotti tipici locali	High performance (top ten)
Bed & Breakfast e agriturismi	High performance (top ten)
Servizi di catering anche a domicilio	High performance (top ten)
Servizi di affittacamere	High performance
Ristoranti e trattorie di specialità locali	High performance
Servizi di ristorazione veloce	High performance
Camping e ostelli per la gioventù	Medium performance
Birrerie, pub, spaghetterie, enoteche	Medium performance
Sale da ballo, piano bar	Medium performance

Tuttavia, dall'analisi del mercato del lavoro nel settore turistico ed alberghiero, risulta che la richiesta di personale qualificato è superiore rispetto al numero dei giovani formati in questo specifico settore.

La tabella 7 mostra le competenze richieste ai nuovi assunti nel settore.



Emerge quindi la necessità di formare figure altamente professionali, sia a livello di Istituti Secondari Superiori che universitario, in grado di offrire progettazione e promozione del turismo. La risposta alla richiesta di formazione qualificata nel settore del turismo e dell'enogastronomia va impostata in termini di filiera in un processo di continuità formativa, a livello orizzontale, fra Istituti Secondari con vocazioni affini, a livello verticale, con un'eventuale ulteriore specializzazione nel successivo percorso universitario.

La riforma della Scuola Secondaria Superiore, entrata in vigore in Italia nel 2010, introduce innovazioni didattiche sostanziali, volte all'acquisizione di competenze scientifiche, linguistiche e tecnico pratiche. Essa, puntando alla acquisizione di specifiche competenze nel settore, ricerca, nel riassetto organizzativo, un maggior coinvolgimento delle imprese e degli operatori anche nella progettazione dei percorsi formativi.

Un elemento forte della formazione nel settore turistico è infatti rappresentato dall'*Alternanza scuola-lavoro* intesa come:

- 1) Superamento dell'autoreferenzialità del sistema formativo;
- 2) Proposta al territorio di un luogo comune in cui svolgere percorsi utili e condivisi di formazione come vera e propria partnership;
- 3) Volontà di cooperazione reciproca, reale e possibilità di sviluppare azioni congiunte, fidelizzazione dello studente all'azienda; sviluppo senso imprenditorialità
- 4) Concretezza del piano di azione per l'occupabilità dei giovani attraverso l'integrazione tra apprendimento e lavoro.

La qualità formativa dell'alternanza viene data dalla natura della relazione tra i diversi soggetti in gioco. Non deve essere una semplice interazione, ma una partnership che prevede la comprensione dell'altro, del suo specifico valore, la volontà di cooperazione reciproca, volte alla fidelizzazione dello studente.

Per quanto riguarda la formazione a livello universitario nel settore turistico si registra fra i diversi Paesi dell'Unione Europea una diversificazione nell'organizzazione della didattica. In effetti Paesi come la Germania, l'Austria e la Finlandia tradizionalmente hanno perseguito un'impostazione fortemente professionalizzante ed applicata, a fronte di Paesi come l'Italia, che da sempre hanno un modello di formazione, soprattutto a livello universitario, maggiormente teorico.

La debolezza del sistema formativo universitario italiano agevola a livello internazionale il successo e la leadership di istituzioni di altri Paesi, i quali hanno in comune la tradizione del proprio sistema formativo turistico a tutti i livelli della filiera formativa. Non è un caso che molte delle esperienze oggi considerate eccellenti a livello internazionale abbiano le proprie radici all'inizio del secolo scorso o, addirittura, alla fine del XIX secolo, come la scuola di Losanna. In questi Paesi la formazione universitaria nasce come evoluzione degli Istituti superiori del turismo. Detta evoluzione ha favorito la creazione di percorsi formativi in grado di rispondere ai reali bisogni del sistema produttivo anche perché in molti casi il processo di evoluzione è stato assistito o addirittura

indotto proprio dai soggetti che appartengono al sistema produttivo stesso. In Italia, diversamente, il processo di attivazione di percorsi formativi nel turismo è stato generato all'interno delle stesse istituzioni universitarie, quale ampliamento dell'offerta formativa. Esso non ha coinvolto i soggetti appartenenti alla filiera produttiva con la conseguente realizzazione di contenuti spesso coerenti con le esigenze delle istituzioni formative di appartenenza, ma distanti dai bisogni dei potenziali destinatari degli stessi. Pertanto ne consegue sia lo scollegamento a valle con il mercato del lavoro, le imprese e le amministrazioni pubbliche sia lo scollegamento a monte con gli Istituti Professionali Alberghieri e Tecnici per il Turismo. Detto duplice scollegamento è la principale causa delle inefficienze del sistema formativo universitario

L'Italia può e deve andare verso un cambiamento che le consenta di acquisire su scala internazionale una leadership all'interno dei moderni sistemi di alta formazione universitaria turistica. Per fare ciò è necessario intraprendere un percorso che possa condurre al raggiungimento dei seguenti obiettivi:

- Costruire la propria filiera formativa turistica, dando il giusto significato e peso ai diversi gradi di formazione.
- Favorire processi di orientamento al mondo del lavoro ed ai percorsi di studio consentendo una corretta evoluzione dei processi di scelta degli studenti attraverso una maggiore consapevolezza e conoscenza del settore. In particolare è necessario favorire processi di conoscenza sulle figure professionali che operano all'interno dell'industria turistica e sulle competenze necessarie per entrare nel mondo del lavoro. L'attività di orientamento deve servire a far conoscere preventivamente i meccanismi ed i percorsi di crescita professionale all'interno del settore.
- Favorire la partecipazione dei soggetti pubblici e privati alla governance delle istituzioni formative attraverso meccanismi partecipativi e di condivisione delle strategie e dei processi di pianificazione delle attività.
- Collegare l'attività didattica all'attività di ricerca attraverso il coinvolgimento degli studenti, determinando la realizzazione di laboratori all'interno dei quali coniugare la presenza di esperti con la presenza degli operatori.

Il raggiungimento di tali obiettivi deve avvenire attraverso la creazione di un modello formativo italiano che sappia coniugare su tutto il territorio nazionale le attività di formazione e di integrazione con il sistema produttivo, con le specificità e la natura che il territorio medesimo esprime. Il modello formativo dovrà pertanto valorizzare le specificità territoriali attraverso la costruzione di percorsi formativi differenziati ma al contempo tra loro integrati per la realizzazione di un sistema unitario in grado di competere a livello internazionale.