

**IO Lavoro**

Il turismo fa largo  
ai giovani

La foto dell'Ebnt

da pag. 43

*Il settore vale l'11,8% del pil garantendo oltre 3 milioni di posti  
Il 70% degli occupati è under40 anni. Boom degli startupper*

# Turisti per lavoro

*Il settore vale l'11,8% del pil nazionale e garantisce oltre 3 milioni di occupati*

## Il turismo fa largo ai giovani Under40 il 70% dei lavoratori. Boom degli startupper

Pagina a cura  
di **SABRINA IADAROLA**

**Q**uattro milioni e mezzo di lavoratori italiani operano nel settore del commercio e del turismo. Più dell'intera industria manifatturiera. La fotografia la dà l'VIII Rapporto dell'Osservatorio sul Mercato del lavoro nel settore turismo appena pubblicato dall'Ebnt (Ente bilaterale nazionale del turismo) elaborato su dati Federalberghi-Fipe. Il settore turismo in Italia equivale all'11,8% del pil nazionale garantendo 3,1 milioni di unità di lavoro per un giro d'affari complessivo di 171 miliardi di euro. Tra alberghi, campeggi, bar, ristoranti, stabilimenti balneari e

termali, discoteche, agenzie di viaggi e parchi divertimento, nel 2015 ha contato circa 964 mila lavoratori dipendenti e 171 mila aziende con almeno un dipendente. Numero che varia nei diversi mesi dell'anno, essendo la stagionalità una delle caratteristiche più evidenti del settore. E infatti tra bassa stagione (da novembre a marzo) e alta stagione (da giugno a settembre) la differenza media dell'occupazione quantificabile è pari a 275 mila unità.

Chi è il lavoratore tipo? Giovane, di sicuro. Ha meno di quarant'anni (nel 70% dei casi) e meno di 30 (nel 44%). Gli ultrasessantenni rappresentano una percentuale piccola, anzi piccolissima: appena lo 0,9% del totale. Puglia, Calabria e Sicilia sono le regioni con la

maggior incidenza degli under 40: oltre sette dipendenti su dieci hanno infatti meno di quarant'anni. I lavoratori più «maturi» sono quelli alle dipendenze delle imprese della Lombardia e dell'Emilia-Romagna. A scegliere il settore sono prevalentemente le donne. Compresa le nuove leve come gli apprendisti (quasi 6 lavoratori su 10), sono donne infatti il 65% degli impiegati, il 53% degli operai, il 36% dei quadri e il 18% dei dirigenti. Impiegate soprattutto nelle agenzie di viaggio e negli stabilimenti termali.

I dati vengono confermati anche da CornerJob, la società che gestisce l'app di annunci di lavoro. Dopo l'immobiliare, il settore più dinamico sulla piattaforma risulta essere il

turismo dove i millennials giocano un ruolo da protagonisti, sia per quanto riguarda il «boom» degli startupper legati alla sharing economy sia per il lavoro dipendente. Parliamo di giovani intorno ai 20 anni (per il 40%), freschi di studi superio-

ri (per il 55,6%) e al debutto nel mondo del lavoro. «È un dato che non sorprende», dichiara Mauro Maltagliati, founder e ceo Italia di CornerJob. «Il turismo, per definizione, è un settore che esercita un grande

fascino sulle fasce più giovani. Fascino che è anche maggiore nel caso dei millennials, dal momento che, rispetto alle generazioni precedenti, sono figli di un mondo senza frontiere dove il viaggio è già da tempo parte della loro esperienza di formazione e di vita».

## I dipendenti per età e comparto

### Lavoratori dipendenti per classe di età e comparto (anno 2015)

Classe di età	Servizi ricettivi	Pubblici esercizi	Intermediazione	Stabilimenti termali	Parchi divertimento	Totale
≤20 anni	10,1%	16,9%	3,9%	3,0%	23,8%	14,9%
20-30 anni	24,3%	31,1%	29,1%	14,2%	31,1%	29,3%
30-40 anni	26,6%	24,2%	34,7%	22,7%	23,6%	25,0%
40-50 anni	25,6%	19,3%	24,3%	37,0%	15,6%	21,0%
50-60 anni	12,2%	7,7%	7,5%	22,1%	5,3%	8,9%
oltre 60 anni	1,2%	0,8%	0,5%	1,0%	0,7%	0,9%
<b>Totale</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Fonte: elaborazione Federalberghi e Fipe su dati Inps

### L'IMPATTO DELLA TECNOLOGIA

## App e piattaforme online non sostituiscono la professionalità

App e piattaforme digitali di turismo (da Booking.com a Skyscanner e Airbnb) rappresentano ormai quasi una moda. Basti pensare alla nuova applicazione targata Google che consente di organizzare i viaggi prima della partenza e avere allo stesso tempo una guida turistica dedicata. La app aiuta i turisti «fai da te» a tenere insieme biglietto aereo, prenotazione dell'hotel e dell'auto a noleggio, luoghi e locali da visitare nei dintorni, collocati sulla cartina stradale. Le informazioni, incluse le mappe, sono accessibili anche offline, senza bisogno di una connessione a internet. E non è un caso che al «travel 4.0» sia stata dedicata anche l'edizione 2017 dell'ITB di Berlino, la fiera B2B mondiale dedicata al turismo. Luca Caraffini, amministratore delegato di Geo Travel Network, network di Alpitour World e Costa Crociere, con 1.600 agenzie associate in Italia,

lo scorso anno aveva lanciato l'allarme. In quattro anni le agenzie di viaggio in Italia sono passate da 12 mila a 8.500. In altre parole dal 2011 a oggi ci sono circa 3.500 agenzie, quasi un terzo del totale, in meno. «Si stima», aggiungeva Caraffini, «che con questo giro di affari, finiranno per rimanerne non più di 6.500». Le agenzie Geo hanno presentato un progetto innovativo in Lombardia, chiamato «Lombardy Travel Agent 2.0», che si propone di realizzare una piattaforma tecnologica per la vendita online delle offerte del network e di prodotti confezionati dall'agenzia stessa. Ogni agenzia potrà quindi praticare l'e-commerce dal proprio sito web.

Il web dunque sta davvero portando le agenzie di viaggio (e i loro agenti) sulla via dell'estinzione? Non secondo Gianni Rebecchi, il presidente di Assoviaggi, sigla di Confesercenti. «Le agenzie di viaggi oggi non hanno

le risorse sufficienti per fare un passaggio tecnologico serio e importante per poter competere con i motori di ricerca online, in quanto i necessari investimenti sia tecnologici che in termini di risorse sono fuori portata per le singole realtà, costituite per lo più da micro imprese», spiega Rebecchi. Ciononostante niente paura per gli agenti competenti e aggiornati, poiché «chi si rivolge a noi ha diritto a essere assistito durante e dopo il viaggio, in caso di problemi. Un vantaggio non da poco». Idem secondo CornerJob che ha intervistato alcuni agenti di viaggio (di dimensioni e localizzazioni diverse), scoprendo che questa professione non solo teme la sfida digitale, ma si è sostanzialmente evoluta. Oggi all'agente di viaggio si richiedono competenze specifiche su destinazioni non ordinarie, oltre a specializzazioni su settori e nuove forme di turismo. La pianificazione di un viaggio verso mete meno massificate ri-

chiede necessariamente le competenze dell'agente, sia per questioni di sicurezza (soprattutto in certe aree), sia per questioni di organiz-

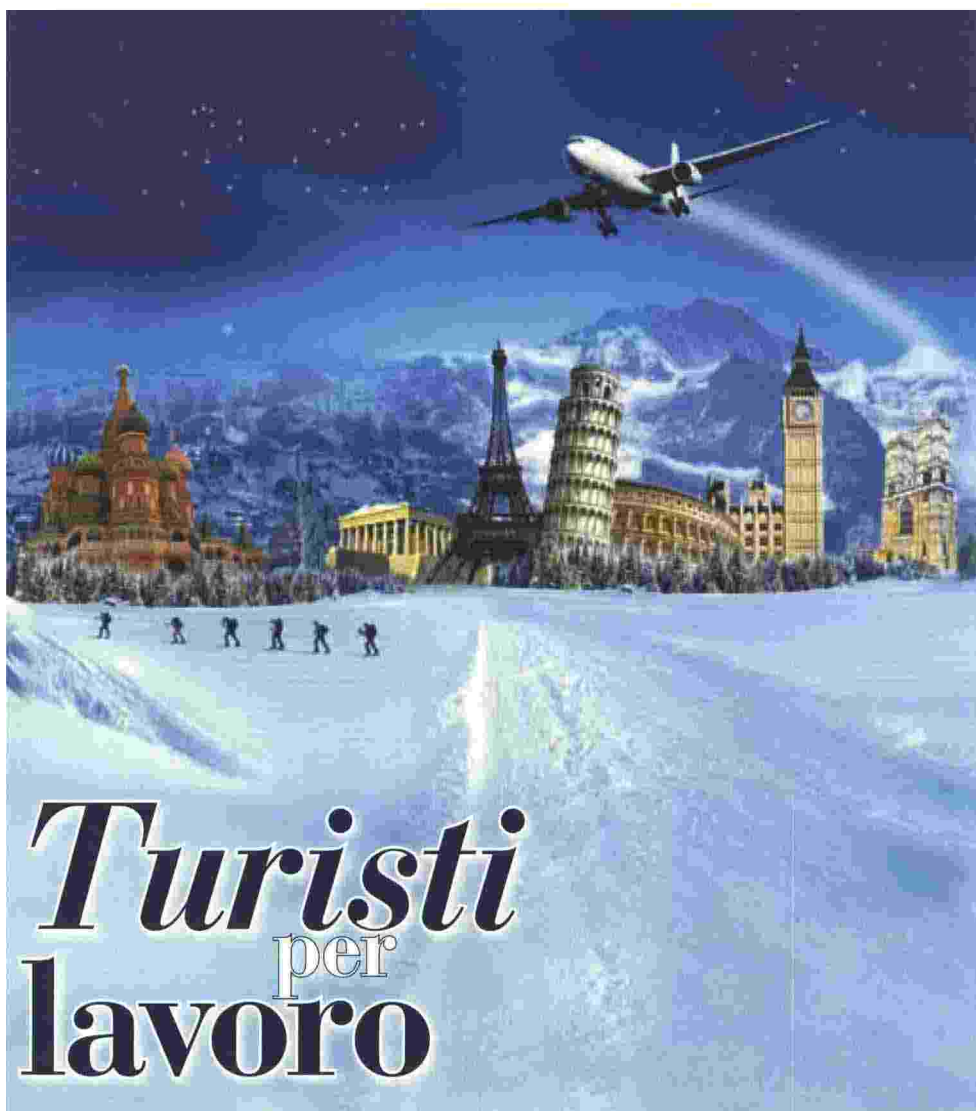
zazione, comfort e risoluzione di eventuali problemi. Alcuni agenti si specializzano in particolari settori mentre altri, soprattutto immigrati,

hanno aperto microstrutture dedicate ai loro connazionali (soprattutto cinesi, sudamericani ed est europei) agevolati dal fatto che parlano la stessa lingua, condividono usi e costumi.

## Millecinquecento opportunità in fiera

**Fare Turismo**, di nome e di fatto. Per chi desidera formarsi e lavorare nel settore, l'appuntamento nazionale dal 15 al 17 marzo a Roma presso il Salone delle Fontane all'Eur offre tre giorni di opportunità di lavoro, orientamento alla formazione e confronto sulle politiche turistiche. Il programma si snoda attraverso oltre 30 appuntamenti e in particolare 16 seminari di orientamento e aggiornamento professionale. Saranno presenti 28 aziende turistiche (come Valtour, Bluserena, Blastness, ClubMed, Alpitour, Hilton) che attualmente ricercano 151 figure professionali. I colloqui di selezione previsti sono oltre 1.500, attraverso appuntamenti prefissati

e recruiting day, riservati a 700 candidati provenienti da tutta Italia. I profili ricercati, spesso per inquadramento sotto forma di stage, sono vari e vanno da Housekeeping Supervisor (seconda governante), Waiter (cameriere), Barman (barista), Cuoco, Pasticciere, Pizzaiolo, a profili più gestionali o relazionali come Helpdesk e Receptionist (addetto all'accoglienza e alla reception), Revenue Management (il manager che dovrà gestire le entrate), economo, guest relation agent (che dovrà occuparsi della gestione del cliente). Requisito imprescindibile per tutti (o quasi) un'ottima conoscenza delle lingue straniere, nella maggior parte dei casi almeno dell'inglese.



# Turisti per lavoro