

Comunicato stampa n. 6 del 14/03/2016

**Le proposte di FareTurismo al Governo:
l'edizione 2016 aperta oggi dal Sottosegretario MiBACT Dorina Bianchi
14-16 marzo Salone delle Fontane, Roma**

FareTurismo 2016, in programma da oggi a mercoledì 16 marzo a Roma presso il Salone delle Fontane – Eur, **si è aperto questa mattina con l'intervento del Sottosegretario ai Beni e alle Attività Culturali e al Turismo Dorina Bianchi.**

Le proposte di FareTurismo al Governo:

- L'industria turistica ha un grosso potenziale, è settore trainante per l'occupazione giovanile (giovani oltre il 50%), Bel Paese con 51 siti Unesco, tutte ottime considerazioni che rimangono luogo comune.
- Spendibilità delle lauree in turismo nei bandi pubblici.
- Incremento degli ITS dedicati al turismo, attualmente solo 7.
- Superare i limiti della Scuola Secondaria Superiore, dove gli Istituti Professionali e i Tecnici non riescono a completare la preparazione degli studenti soprattutto per quelli che non prendono l'Università: ITS naturale prosecuzione in linea con i percorsi didattici, una specializzazione.
- Decontribuzione per le aziende che intendano continuare l'attività in bassa stagione e confermare la forza lavoro al termine dei sei mesi dei contratti stagionali.
- Comitati di indirizzo obbligatori negli Istituti Professionali e nei Corsi di laurea e costituiti dai rappresentanti delle organizzazioni datoriali, dalle aziende di eccellenza del territorio, dagli assessorati di competenza degli enti locali.

Le proposte sono state anche consegnate al Presidente dell'Osservatorio Parlamentare per il Turismo **Ignazio Abrignani**: "Il turismo dovrebbe essere al centro del nostro Paese e quindi l'augurio è che assuma sempre più una priorità strategica nelle azioni di Governo. La formazione è fondamentale in ogni settore, ma soprattutto nel turismo: per questo è importante un'iniziativa come FareTurismo, dedicata ai giovani che sono il futuro del Paese e del settore. Continuerò con l'Osservatorio l'azione di spinta affinché il Governo e tutte le Istituzioni si rendano conto di quello che il turismo deve fare".

Alla Conferenza di apertura, coordinata dal Direttore **Ugo Picarelli**, sono intervenuti **Gabriele Burgio** Presidente e Amministratore Delegato Alpitour SpA e **Giuseppe Roscioli** Vice Presidente Vicario Federalberghi; a seguire, **Flavia Coccia** di Unioncamere su "Lo scenario del turismo e i fabbisogni professionali delle imprese: il Sistema Informativo Excelsior" e **Luca Ortolani** Sales Director di ManpowerGroup su "Work in Tourism – Il futuro del lavoro nel settore del turismo" ricerca a cura dell'Osservatorio sui Trend del Lavoro di ManpowerGroup, partner strategico di aziende e persone nelle *innovative workforce solutions*. La ricerca intende analizzare in profondità i cambiamenti in corso e le nuove opportunità occupazionali offerte dal settore e presentare soluzioni innovative per le imprese.

I REQUISITI PER ESSERE ASSUNTI, I PROFILI RICERCATI IN ITALIA E ALL'ESTERO, LA RISORSA UOMO VITALE NEL TURISMO, LA FIDELIZZAZIONE PER CONTRASTARE LE OLTA

I requisiti per lavorare nel turismo

- Laurea e specializzazione sono requisiti fondamentali.
- Aggiornamento costante delle competenze.
- Predisposizione nelle relazioni e allo stress, cultura dell'accoglienza.
- Conoscenza linguistica con apertura ai nuovi Paesi del mercato turistico (arabo, cinese, russo).

I profili e le competenze ricercati in Italia e all'estero dove si richiedono soprattutto conoscenze specialistiche
Gli alberghi italiani ricercano camerieri di sala e ai piani e personale per la reception.

All'estero le grandi catene alberghiere sono interessate ai Business development executive (sviluppo del business), ai Digital manager (comunicazione digitale), ai Guest experience manager (assistono l'ospite per il miglior soggiorno), ai Green manager (per la cura delle aree verdi), ai consulenti per il consumo energetico.

In Italia gli hotel sono di piccole dimensioni e a gestione familiare per assumere queste competenze. Comunque, una recente ricerca del Ciset di Venezia su un campione di organizzazioni di categoria e aziende turistiche del Veneto, prima regione d'Italia nel 2015 per presenze e per visite di stranieri, conferma l'attenzione al digitale con sviluppo dei siti web e ai profili dei social media. Ancora lontana, invece, la realizzazione di database, per acquisire informazioni sulla clientela.

- In Italia, negli ultimi tempi, l'orientamento va verso figure con propensione al marketing e al commerciale, mentre all'estero destano interesse le figure manageriali con esperienza nei rapporti con gli altri Paesi.
- Competenze di marketing sempre più determinanti all'estero:
 - brand management,
 - CRM Customer Relationship Management (Gestione delle relazioni con i clienti),
 - Pricing,
 - consumer behaviour analysis (studio socio-psicologico del consumatore e comportamento del consumatore),
 - social media,
 - bundling (commercializzare un pacchetto di prodotti)
- Nel Sales and Business development sono fondamentali le seguenti competenze:
 - Demand planning e logistica (pianificazione della domanda)
 - Sales Forecasting (previsione delle vendite)
 - Competenze trasversali di interculturalità, visione strategica e di insieme

Il ruolo della risorsa umana resta comunque centrale a differenza di altri settori dove digitalizzazione e disintermediazione sono sinonimi di spersonalizzazione nell'ambito delle attività del business. Nella ricerca recente di Manpower sono messe in luce le differenti strategie di cui risente il mercato del lavoro sia in Italia (dove si sente la dimensione piccola delle aziende) che all'estero

- La produzione, anello della filiera, è capace più di altri di assorbire nuovi assunti: 54% tra cucina, sala e accoglienza (estero 34%)
- Marketing e comunicazione 11% delle new entry
- Area commerciale 19% delle assunzioni (estero 32%)

Nel turismo l'innovazione valorizza la risorsa umana: un modo per vincere sulle OLTA

- Lo strapotere delle OLTA va fronteggiato rimettendo al centro la comunicazione verbale e investendo sulle risorse umane per rendere il contatto diretto via mail e via telefono indimenticabile.
- Il Check-in deve essere un piacevole momento di welcome, non una fredda procedura.
- Il Check out un arrivederci con impegno di rincontrarsi.
- Far perdere valore al potere delle OLTA con uno staff motivato e professionale, cambiando atteggiamento del management.
- Fidelizzare l'ospite significa ritornare indietro di 50 anni, quando si trascorrevano anche un mese nello stesso hotel, ricreando la sicurezza e le comodità dell'habitat della casa.

L'ISTRUZIONE TECNICA SUPERIORE POTREBBE SVILUPParsi MEGLIO

Gli ITS faticano a superare la dimensione di nicchia, in quanto non riescono a fare un orientamento efficace nelle famiglie e presso i docenti scolastici, per affermare che il 79,9% dei diplomati trova lavoro entro il primo anno dal titolo. Inoltre, occorrerebbe semplificare le norme delle Fondazioni, che li governano, perché creare una fondazione è come impegnarsi per una startup.

COME I GIOVANI CERCANO OGGI IL POSTO DI LAVORO

Per cercare lavoro i giovani usano sempre più lo smartphone: negli ultimi 4 mesi la percentuale passa dal 44 al 53%. Facebook e Twitter registrano +12% rispetto al 2015.

IN ITALIA LE DONNE OCCUPATE NEL TURISMO SONO LA MAGGIORANZA, MA NON TRA LE FIGURE MANAGERIALI E A LIVELLO DECISIONALE

Nel turismo è donna il 55,5% del personale dell'hotellerie (con punte dell'84% tra il personale di servizio ai piani) e il 48% della ristorazione.

Tra le figure manageriali lo è solo il 14 % e tra i responsabili commerciali il 4%.

Occorre, quindi, sviluppare attività di formazione e di sostegno all'imprenditoria femminile per affermarne il genere nei ruoli decisionali e valorizzarne l'innata predisposizione all'accoglienza, al contesto sociale, all'ambiente. Infatti, a riprova, le imprese gestite da donne hanno mortalità più bassa, migliori rapporti con il personale, minore propensione al rischio e dunque una migliore affidabilità finanziaria.

INVITALIA FINANZA A TASSO ZERO GIOVANI E DONNE CHE CREANO IMPRESE TURISTICHE

“Nuove imprese a tasso zero” è l'incentivo rivolto ai giovani fino ai 35 anni e donne, che intendono avviare un'impresa turistica o l'abbiano già creata da meno di 12 mesi, e a singole persone fisiche che si impegnino a costituire la società entro 45 giorni dall'ammissione alle agevolazioni. Dal 13 gennaio le domande sono esaminate in ordine cronologico con una richiesta possibile fino a 1,5 milioni di euro.

Il finanziamento è a tasso zero e può essere rimborsato entro 8 anni , coprendo fino al 75% delle spese totali. Il restante 25% sostenuto dal soggetto richiedente può anche accedere al finanziamento bancario, la spesa finanziabile è relativa all'acquisto e alla ristrutturazione.

A FARETURISMO DAL 14 AL 16 MARZO A ROMA L'INDUSTRIA TURISTICA NAZIONALE INCONTRA LA SCUOLA E L'UNIVERSITÀ

Una edizione multietnica, specchio dell'integrazione sociale: il 10% dei candidati ai colloqui di selezione appartiene a 34 Paesi

- **34 espositori nel Salone** tra Istituzioni, Enti, Organizzazioni di categoria, Associazioni professionali, ITS, Università, Agenzie per il lavoro
- **28 prestigiose Aziende turistiche** (Catene Alberghiere, Hotel individuali, oltre a **Club Med, Blastness** - società focalizzata sul *revenue* e sui volumi di fatturato prodotti, che fornisce agli alberghi sistemi, servizi, formazione e consulenza - ed **Elite Club Vacanze** - Camping Villages, Ostelli, Hotel, Ristoranti, RistoTeatri, Bar) alla ricerca di **151 figure professionali** con oltre **1500 colloqui di selezione attraverso appuntamenti prefissati e recruiting day riservati ai 700 candidati provenienti da tutta Italia** (da Agrigento a Treviso, da Palermo a Nuoro, da Bari a Torino, da Caltagirone a Taranto, da Messina a Milano, da Reggio Calabria a Bolzano, da Crotone a Padova), ma non solo: infatti, **il 10% degli iscritti ai colloqui è di provenienza estera con una rappresentanza di ben 34 Paesi** (Albania, Bangladesh, Brasile, Camerun, Cile, Cina, Colombia, Congo, Cuba, Ecuador, Estonia, Filippine, Francia, Germania, Giappone, Grecia, Iran, Kazakistan, Kenya, Lettonia, Libano, Liberia, Lituania, Marocco, Nicaragua, Perù, Repubblica Domenicana, Romania, Russia, Serbia, Svizzera, Tunisia, Ucraina, Venezuela), **testimonianza dell'integrazione in atto nel nostro Paese, dove ormai le nuove generazioni si inseriscono a pieno titolo nel mercato del lavoro e assumono a pieno titolo stili di vita del vivere quotidiano.**
- **Oltre 50** tra Istituti Professionali dei Servizi per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera, Tecnici del Turismo e Commerciali con indirizzo turistico con **3000 studenti e 200 docenti** provenienti da **7 regioni** (Abruzzo, Basilicata, Campania, Emilia Romagna, Lazio, Toscana, Umbria) interessati a studiare e a lavorare nel turismo, partecipando alla presentazione dell'offerta formativa accademica da parte delle Università e post diploma da parte degli ITS e ai colloqui di orientamento al lavoro con i Centri per l'Impiego.

Per ulteriori informazioni: www.fareturismo.it

Ufficio stampa Leader srl
comunicazione@leaderonline.it