

di Nicoletta Canazza

Sono sempre di più le professioni innovative essenziali per il futuro del comparto

Turismo, dall'agenzia al "geosocial network"

Il turismo emiliano-romagnolo punta sulle professioni innovative per aggiornare il proprio modello di ricettività e traghettarlo nel futuro mantenendo cuore e passione, gli elementi che ne hanno decretato sin qui il successo. Alla base delle strategie di sviluppo c'è il capitale umano da investire nelle

nuove professioni del turismo. Per Iscom ER, la società di Confcommercio Emilia-Romagna specializzata in formazione per i settori del turismo, commercio e servizi, il punto di partenza sono i dati. Oggi al tema turismo si ricollegano circa 150 figure profes-

sionali riconducibili a cinque macroaree (promozione e programmazione, ricettività, ristorazione, servizi al turista e servizi generali) all'interno delle quali si identificano poi diversi livelli e ruoli, dal management ai tecnici, agli esecutivi. Per ognuno di questi profili l'innovazione si declina in molti modi. Ci sono le professioni "storiche" (hotellerie, ristorazione, balneare) che si sono innovate all'insegna della qualità per differenziarsi sul mercato; ci sono le professioni "nuove" come quelle legate al web e ai servizi multimediali; ci sono infine professioni legate alle competenze di secondo livello, nate in conseguenza della nascita sul mercato di reti o aggregazioni (tra hotel, eventi, strutture), che hanno comportato nuovi approcci gestionali.

"Un panorama complesso - commenta Nicola Spagnuolo, direttore generale di Iscom Emilia-Romagna - che ha sviluppato esigenze diversificate in materia di formazione per gli imprenditori, di ricerca del

personale, di ricerca e affidamento di servizi. Si tratta di lavorare sull'informazione e la promozione per attivare un circolo virtuoso di innovazione che comporti benefici per tutto il settore". Destinatari e protagonisti dell'innovazione restano gli imprenditori, a cui il mercato chiede creatività, ma anche investimenti mirati.

Per questo, al Ttg di Rimini, Iscom Emilia-Romagna ha organizzato il convegno "L'innovazione nelle professioni del turismo. Nuove opportunità e nuove professionalità per un turismo in fase innovativa". Obiettivo: mettere a confronto le potenzialità di sviluppo del settore turistico regionale con la situazione nazionale ed europea evidenziando

le direttrici future del comparto. Ne è risultato che i temi di riferimento sono due: innovazione di prodotto/servizio derivante dall'investimento in capitale umano e la centralità delle persone in quanto fattore competitivo primario. "Il capitale umano - sottolinea Ugo Margini, presidente di Confcommercio Emilia-Romagna - rappresenta la leva principale su cui investire per la crescita di imprenditori e imprese e per garantire qualità e competitività al nostro sistema economico. La centralità della persona, la sua formazione continua e la piena valorizzazione sono i presupposti per uno sviluppo realmente innovativo della nostra economia. Per questo bisogna interpretare e anti-

Ampio il panorama di opportunità, per un modello da sempre centrato sul "capitale umano"





cipare correttamente le evoluzioni di settore in una chiave di crescita innovativa”.

Nel turismo l'innovazione passa da molti aspetti, senza trascurare l'approccio creativo e multietnico. Si va dalle tipologie di prodotti-servizi oggetto di possibili linee future di sviluppo alle esperienze di eccellenza già avviate nel panorama regionale, nazionale e internazionale che possono essere replicate e migliorate sul territorio; infine, dalla capacità di declinare il modello di accoglienza turistica dell'Emilia-Romagna con professionalità qualificate in grado di sostenere e favorire l'innovazione di prodotto-servizio a partire dall'investimento in risorse umane. “Il nostro obiettivo – aggiunge Nicola Spagnuolo – è rileggere gli elementi di successo della tradizione turistica regionale in una chiave innovativa, di crescita e di rilancio dell'offerta, attraverso il ruolo primario che rivestono in questo la formazione e la professionalità di operatori e loro collaboratori. Temi che rappresentano un elemento strategico di sviluppo per

il turismo nazionale e regionale, ma che spesso rischiano di restare confinati in un'ottica autoreferenziale”. Per attivare un circuito virtuoso nell'innovazione dedicata al turismo, Iscom ER ha messo a sistema le proprie competenze e la propria esperienza nell'ambito delle professioni innovative. Un'attenzione particolare è andata ai servizi legati al web, cui il Ttg ha dedicato una vasta sezione di laboratori formativi. Si va dal crowdsourcing (esternalizzazione di un progetto a un gruppo di persone che non lavorano in team) alla progettazione di reti di impresa per la promozione di una destinazione, dai micro tour operating all'e-commerce per agenzie di viaggio, dal banqueting per i



LA STRATEGIA

Al via un progetto pilota di formazione congiunta **Imprenditori e dipendenti a scuola di innovazione**

Parte dall'Emilia-Romagna un progetto pilota di interscambio formativo destinato a coinvolgere insieme titolari di impresa e personale dipendente del settore turismo. Sullo sfondo c'è la strategia della Regione, che pone in prima linea un modello fondato sul coinvolgimento diretto delle imprese nel processo di formazione delle competenze. Il leit motiv è la sinergia tra gli strumenti di formazione per costruire un percorso valido e replicabile poi in altri settori economici. “Il turismo – commenta Nicola Spagnuolo, direttore generale di Iscom ER – è un settore così ampio che permette sperimentazioni destinate a diventare più facilmente modelli applicabili poi anche ad altri settori. L'innovazione nelle professioni del turismo funziona come nei vasi comunicanti”. Il primo progetto di interscambio formativo tra titolari e dipendenti passa così da una sperimentazione, inedita a livello nazionale, e fondata sulla interazione tra i Fondi interprofessionali (For.Te innanzitutto) di categoria e l'Fse, che finanziariamente fa capo alla Regione. Il punto di partenza è che i fondi interprofessionali possono rappresentare una risposta efficace per la formazione del personale dipendente a condizione che si creino le condizioni per favorire anche la for-

mazione dei titolari di imprese del settore turistico. L'imprenditore, infatti, è colui che deve essere in grado di promuovere, applicare e favorire le innovazioni di settore trasferendole sui propri dipendenti. In un settore che vale il 9% del Pil regionale (il 12% se si comprendono anche i pubblici esercizi), con circa 100mila lavoratori dipendenti e il 30mila imprese turistiche, la sfida è rendere l'innovazione trasversale a tutti i profili professionali. “Per fare questo – sottolineano a Iscom ER – occorre creare meccanismi virtuosi di interscambio tra formazione, imprese e lavoro, attribuendo alle imprese un ruolo attivo nei processi formativi, anche riconoscendo una specificità al settore che non va ignorata, quale la stagionalità. Il nostro stesso fondo For.Te ha riconosciuto nell'ultimo bando la possibilità di intervenire in modo non occasionale ma strutturato sulla formazione dei lavoratori stagionali”. Il percorso operativo dovrebbe completarsi a primavera 2011 con l'avvio dei primi corsi di formazione mirata. Al momento si stanno individuando gli strumenti più adatti a ogni tipologia turistica: dalla formazione in aula al coaching, alla formazione a distanza (Fad) per costruire attorno a ogni figura professionale un percorso mirato ●





ristoranti d'hotel ai servizi food cost per l'organizzazione in cucina, il video marketing digitale per la promozione turistica, i pagamenti on line, i portali specialistici e il viral marketing, fino ai geosocial network evoluzione di Facebook e Twitter. Infine, la gestione dei contenziosi tra cliente e soggetti turistici a seguito di

vacanze "rovinare" o non in linea con il pacchetto acquistato. Il web è un vero moltiplicatore di professioni innovative e uno strumento in crescita costante. Già oggi, secondo una ricerca condotta per conto dell'Osservatorio turistico regionale, in Emilia-Romagna il 64% delle agenzie di viaggio utilizza il proprio

sito web per l'attività di promocommercializzazione. Per Amalio Guerra, presidente nazionale e regionale Assoviaggi: "Occorre affrontare il cambiamento e accettare la sfida di internet e delle nuove tecnologie, essere sempre più interattivi con il cliente e svolgere il ruolo di consulente per l'organizzazione del viaggio. Ben vengano le idee nuove. Noi abbiamo messo in un'area di libero mercato i pacchetti di incoming prodotti da tutti noi agenti di viaggio, a beneficio di tutti gli altri agenti".

Oltre al web, altro asset forte di sviluppo per le professioni innovative è quello legato alla filiera del benessere e alle sue interconnessioni con altri ambiti economici regionali. Sbagliato, infatti, pensare ai segmenti wellness e fitness solo in funzione dell'innovazione nell'offerta ricettiva visto che attorno al comparto ruotano aziende specializzate in attrezzature, supporti tecnologici, cosmetica, abbigliamento e il relativo indotto. Un caso per tutti: la Technogym di Gambettola, leader mondiale nel settore equipaggiamenti per palestra e benessere. "Per creare innovazione non si può improvvisare - commenta Alessandro Giorgetti, presidente di Federalberghi Emilia-Romagna - Occorre che si investa in ricerca e che si crei cultura diffusa sui temi del turismo, riconoscendo a chi si cimenta in questo settore la stessa dignità di coloro che operano all'interno dei centri per l'innovazione di industria, meccanica, meccatronica e simili" ●

IL CASO

Il primo service per "horse trekking"
Consulenti a cavallo

È il primo progetto innovativo di offerta del cavallo come servizio dell'agriturismo e come opportunità per aziende agricole di grandi dimensioni in conversione. L'idea di fondo è offrire un servizio di supporto all'attività di turismo equestre in tutti i suoi aspetti. A renderla operativa è la Rabboni Horse trekking academy a Cacciola di Scandiano (Reggio Emilia), prima esperienza di service per chi vuole fare o proporre turismo a cavallo. Il progetto imprenditoriale è di Vittorio Rabboni, da anni attivo nel settore equestre e con la passione dei trekking a cavallo. "Questo lavoro - spiega - non può mai essere solo business. Ci vuole prima di tutto cuore, attenzione per l'organizzazione, infine capacità nel capire i desideri e le motivazioni delle persone che si avvicinano a questo mondo: imprenditori e appassionati, cavalieri esperti o principianti assoluti, e anche un numero crescente di cittadini in fuga dallo stress quotidiano. A cavallo, però, la sicurezza va di pari passo con il divertimento e tutto questo insieme significa investire innanzitutto nella qualità del servizio".

Oltre a proporre cavalli di qualità appositamente selezionati e addestrati, quindi, l'azienda fa consulenza sulle attrezzature (selle, finimenti, recinti e box per cavalli) mettendo a disposizione istruttori che svolgono corsi per il personale dei nuovi maneggi, stage sulla gestione del cavallo e del cavaliere, relazioni con il cliente, organizzazione trekking e viaggi a cavallo, prove sul campo, simulazioni, fino a seguire l'aspetto del benessere del cavallo, la gestione della scuderia e del marketing in tutti suoi aspetti, anche quelli assicurativi. "La fase di preparazione è fonda-

mentale - aggiunge Rabboni - e deve essere discussa e condivisa su misura con il cliente. In questa logica di collaborazione valutiamo insieme agli imprenditori altre ipotesi come noleggio per eventi a tema o per weekend tematici in bassa stagione".

Il servizio offerto è completo e autonomo. L'azienda segue anche la fase burocratica e di formazione (tre settimane) dove il personale viene preparato su tutti i diversi aspetti della conduzione di un'attività di turismo equestre. L'obiettivo è creare una rete di professionalità a servizio di un segmento che sta calamitando sempre più clienti. Come ha dimostrato anche l'ultima Fieracavalli a Verona, il turismo a cavallo è in crescita. Si calcola che siano ormai oltre un milione gli italiani che ogni anno affrontano un viaggio a cavallo all'insegna dell'ecosostenibilità e l'attenzione aumenta anche negli stranieri. Dato non trascurabile: la maggiore concentrazione di ippovie è proprio sull'Appennino e lungo il corso del fiume Po ●

