

Carfagna Elio

**LE NUOVE TENDENZE NELLA PREPARAZIONE PROFESSIONALE NEL
SETTORE TURISTICO IN ITALIA**

L'evoluzione e la diversificazione della domanda turistica rendono oggi necessario personalizzare l'offerta a seconda delle esigenze del consumatore, costituendo dei modelli flessibili. Di conseguenza emerge la necessità di formare figure altamente professionali in grado di offrire progettazione e promozione del turismo non per territorio, ma per prodotti turistici.

На сьогоднішній день еволюція і диверсифікація туристського попиту визначає необхідність створення відповідної потребам споживача гнучкої моделі туристичної пропозиції. Така тенденція зумовлює необхідність підготовки висококваліфікованих професійних кадрів, здатних запропонувати розробку нових пропозицій та просування як туристичного регіону, так і туристичних продуктів.

Il turismo oggi è sempre più un fenomeno complesso che coinvolge le scienze economiche, sociali, psicologiche, giuridiche.

Il turista è interessato a tutti i molteplici aspetti delle località in cui intende soggiornare.

C'è la necessità di sistematizzare una materia, il turismo, che è a tutti gli effetti una forma complessa, culturale, integrata, sostenibile quando è armonizzata con la cultura, con l'arte, con il territorio e con l'enogastronomia.

I dati forniti dal Progetto Excelsior nel novembre 2008 evidenziano come futura possibilità occupazionale, in linea principale, il settore "Alberghi, Ristoranti e servizi Turistici" uniti in una sola voce. (Per tale mercato occupazionale le aziende sono costrette a ricorrere, in abbondante percentuale, a personale extracomunitario privo d'adeguata formazione professionale).

In questo momento il settore turismo e ristorazione di qualità è l'unico che richiede operatori altamente specializzati la cui risposta da parte degli attuali Istituti Scolastici di 2° grado (Alberghieri e Tecnici per il turismo) è nettamente insufficiente.

Ciò si deve anche al fatto che nel turismo le tendenze della domanda, fino a tempi recenti orientata verso prodotti altamente standardizzati ed un turismo di massa, stanno progressivamente cambiando. Sono mutati i contesti demografici, con un rapido invecchiamento della popolazione e con un aumento notevole del numero di anziani. Questi, non essendo più inseriti nel ciclo lavorativo, non regolano i loro spostamenti in base alle logiche tradizionali dei periodi di ferie-vacanza. N'è conseguita una maggiore mobilità, che ha comportato una destagionalizzazione dei flussi turistici.

Nelle classi d'età più giovani si è affermata una domanda di turismo leisure ancora piuttosto concentrata nei periodi classici di ferie, ma con un diffondersi del concetto di vacanza breve. Questo anche grazie alle tariffe aeree "low cost" che hanno reso minore l'incidenza del costo di trasporto sul costo totale della vacanza.

Sono mutati i contesti lavorativi con un aumento della domanda di turismo d'affari, generato da relazioni più frequenti tra le persone.

Lo sviluppo dei mezzi di comunicazione ha accorciato le distanze tra paesi, mutando radicalmente anche il concetto di concorrenza.

E' aumentato, mediamente, il reddito pro-capite nei paesi sviluppati, con una quota crescente dello stesso utilizzato per l'acquisto di beni di consumo, una volta più facilmente comprimibili (come il bene-vacanza): si è creato un diverso atteggiamento culturale nei confronti del turismo che ha reso il viaggio un bene "quasi indispensabile" e nuovi criteri si richiedono per la stessa definizione della vacanza.

Questo nuovo atteggiamento culturale nei confronti del Turismo è in forte ascesa anche nei paesi in via di sviluppo o dell'est europeo verso i quali l'offerta turistica italiana deve rivolgersi nella maniera più qualificata possibile se vuol essere concorrenziale con altre realtà nazionali.

Nel turismo vi è una ricerca non solo di nuove destinazioni, ma anche di una diversa gamma di prodotti e si registra una qualità dei consumi più attenta ai contenuti ed ai significati. Per rispondere al cambiamento non è necessario presentare pacchetti "all inclusive".

Le tendenze attuali evidenziano che questa concezione ha subito un'evoluzione: il turista è orientato all'acquisto di singoli prodotti e servizi corrispondenti ai propri interessi e bisogni. Si rende necessario pertanto costruire dei modelli flessibili, personalizzabili a seconda delle esigenze dei consumatori differenziando l'offerta creando di conseguenza valore aggiunto. Si deve cercare di individuare, creare e fornire valore per soddisfare le esigenze di un mercato di riferimento (marketing) nel turismo così come in ogni altro settore dell'economia.

Il prodotto deve essere concepito in un'ottica di valorizzazione delle specificità del contesto ed in modo tale da permettere il massimo della personalizzazione della vacanza.

L'ampio range d'offerte che provengono dall'estero, i pacchetti speciali ed il proliferare dei voli "low cost" hanno reso possibile raggiungere in breve tempo e con costi contenuti nuove località, molte delle quali più competitive dal punto di vista dei prezzi.

Il turismo locale rischia la crisi, com'è avvenuto in altri settori a causa di produzioni estere a basso costo.

Dalle considerazioni illustrate emerge la necessità di formare figure altamente professionali in grado di offrire progettazione e promozione del turismo non per territorio, ma per prodotti turistici (balneare, montano, termale, fitness e welfare, congressuale, sportivo, giovanile, naturalistico, enogastronomico, artistico, etc.).

La risposta alla richiesta di formazione altamente qualificata nel settore del turismo e dell'enogastronomia va impostata in termini di filiera in un processo di continuità formativa che, partendo dalla scuola secondaria, si realizzi attraverso Istituti tecnici superiori con un'eventuale ulteriore specializzazione nel successivo percorso universitario. Da ciò ne scaturisce la necessità di sostenere la costituzione di Istituti comprendenti l'Istituto Tecnico per il Turismo e l'Istituto Professionale per l'Enogastronomia e l'Accoglienza Alberghiera in quanto la mission dell'Istituto tecnico per il Turismo (approfondimento della cultura scientifica, acquisizione della perizia applicativa e pratica, competenza ed autonomia nell'organizzazione, gestione delle imprese turistiche) e la mission dell'Istituto Professionale dei servizi per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera (garanzia delle capacità operative di progettazione, realizzazione di soluzioni e gestione processi) sono tra loro fortemente complementari in quanto coniugano la valorizzazione e la fruizione del patrimonio paesaggistico, artistico, culturale, artigianale, enogastronomico, con l'utilizzazione dei servizi, la loro organizzazione e commercializzazione, l'ottimizzazione e la qualità del servizio, le sinergie fondamentali (enogastronomia e ospitalità) per la valorizzazione integrata del territorio.

Si ritiene pertanto funzionale l'indissolubilità tra Turismo, Enogastronomia e Ospitalità Alberghiera che comporta la necessità di coniugare sinergicamente i due percorsi, quello di Perito nel Turismo e quello di Tecnico per i Servizi dell'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera, costituendo POLI PER IL TURISMO E L'ENOGASTRONOMIA.

L'offerta formativa dovrebbe rappresentare un'opportunità per coloro che vogliono qualificarsi in modo mirato acquisendo una preparazione "verticale" necessaria per inserirsi nel contesto lavorativo innovativo del turismo moderno con le articolazioni di seguito indicate a titolo di esempio:

- Le nuove frontiere del benessere,
- Le nuove tecnologie per i sistemi turistici,
- La valorizzazione dei territori e dei beni culturali, ambientali etc.
- Il marketing territoriale e l'organizzazione di eventi,
- La comunicazione e il marketing per la promozione dei servizi,
- La valorizzazione dei prodotti tipici del territorio,
- La valorizzazione dell'enogastronomia.
- Etc. .

L'altro elemento forte della formazione nel settore turistico è rappresentato dall'Alternanza scuola-lavoro che rappresenta anche la filosofia trasversale già nei percorsi tecnici e professionali. Consente il superamento dell'autoreferenzialità del sistema e delinea la proposta, al territorio, di un luogo comune in cui svolgere percorsi utili e condivisi di formazione, nella prospettiva della cittadinanza europea.

La qualità formativa dell'alternanza viene data dalla natura della relazione tra i diversi attori in gioco. Non è una semplice interazione, bensì una partnership che prevede la comprensione dell'altro, del suo specifico valore, la volontà di cooperazione reciproca, la reale possibilità di sviluppare azioni congiunte.

L'alternanza Scuola-lavoro andrebbe organizzata effettuando attività nel limite non inferiore al 30% del monte ore presso aziende ed Enti locali del settore, con regolare assunzione disciplinata dalla normativa sull'apprendistato per coloro che non sono ancora inseriti nel mondo del lavoro.

In tal modo le aziende o gli enti del settore turistico, enogastronomico e alberghiero vengono direttamente coinvolti nel percorso formativo anche attraverso il coinvolgimento diretto del tutor esterno sintonizzato sugli obiettivi fissati dall'istituzione scolastica superiore e contemporaneamente sollecitando l'aspetto emotivo (appartenenza ad un gruppo di lavoro) e la condivisione degli obiettivi formativi del corsista.

Con l'obiettivo di dare ai giovani una formazione d'alto livello per programmare, progettare e realizzare un prodotto turistico veramente competitivo sul mercato internazionale, con l'elaborazione di prodotti generalizzabili dal giovane all'anziano, dall'amante del turismo ambientale a quello culturale, a quello sportivo o enogastronomico al termale, al fitness, etc, per renderli pronti anche al recepimento della Carta Europea per il Turismo Sostenibile si propone quanto segue:

- costituzione di Poli per la formazione nel settore turistico ed enogastronomico che prevede al suo interno:
 - la presenza dell'Istituto Tecnico per il Turismo;
 - al presenza dell'Istituto Professionale per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera;

○ l'I.T.S. per le “Tecnologie innovative per i beni e le attività culturali e il Turismo” articolato come segue:

- conservazione, monitoraggio e restauro degli artefatti,
- fruizione e valorizzazione del patrimonio culturale, paesaggistico, enogastronomico e aziendale,
- tutela, messa in sicurezza e gestione sostenibile dei luoghi “culturali”,
- restauro e riqualificazione di edifici e luoghi vincolati di elevato interesse culturale,
- gestione del ciclo produttivo culturale (creazione di nuove modalità fruibili, diffusive, e di nuovi format narrativi).

Il Polo proposto rappresenta un’istituzione atipica poiché non fa riferimento, come altri, ad un solo settore produttivo o imprenditoriale, ma riguarda aspetti e fenomeni di un globale sistema economico e di vita culturale e sociale.

L’unificazione di “governance” del Polo consentirebbe il raccordo tra fare sistema per la promozione turistica e l’essere sistema per la formazione degli operatori del settore che conseguono competenze adeguate per la fidelizzazione del turista.

Appare opportuno prevedere per i Poli per il Turismo una gestione coordinata con la presenza di rappresentanti di settore (Camera di Commercio, Enti locali, Associazioni di categoria ed altri stakeholders).