

FON.TER

Fondo paritetico interprofessionale per la formazione continua del terziario

Piano Formativo Settore Turismo

Anno 2004/2006

“Il piano formativo è il dispositivo di programmazione, concertato dalle parti sociali che stabilisce le priorità di intervento per l’attuazione dei progetti formativi”.



5 OTTOBRE 2004

DEFINIZIONE DEL CONTESTO OPERATIVO

Da dati Istat, si riscontra che negli ultimi 6 anni l'occupazione in Italia è costantemente cresciuta; 1 milione e 600 mila occupati in più tra il 1997 ed il 2002. Il lavoro impegnato nel settore del turismo è quasi raddoppiato nel corso del periodo che va dal 1970 al 2002. Misurato in termini di "addetti", l'occupazione ammontava ad oltre 699 mila persone nel 1970 ed è poi cresciuta, con relativa regolarità, fino ad oltre 1 milione e 600 mila persone nel 2002. La quota di addetti del settore, rispetto al totale delle forze di lavoro occupate, che era di 3,5% nel 1970, è cresciuta con altrettanta regolarità, fino all'attuale 5,1%. L'incremento degli addetti del settore nel periodo è stato quindi di circa il 90%. La marcata stagionalità di molte attività, comporta alcune specificità del lavoro nel settore da non sottovalutare. La prima è che molto frequentemente il lavoro nel settore degli "alberghi e pubblici esercizi" si alterna ad attività lavorative svolte in altri settori, in periodi di cosiddetta "bassa stagione": questa situazione si verifica principalmente nelle località turistiche minori in cui più forte è la componente stagionale dei consumi extradomestici. La seconda è che, altrettanto frequentemente, nelle località minori e nei periodi di alta stagione, il livello delle prestazioni degli addetti del settore, in termini di ore giornaliere di lavoro, è molto più alto di quello medio generale.

Salvo un numero limitato di catene alberghiere plurilocalizzate, ma comunque con un numero di esercizi esiguo rispetto ad altre realtà europee e mondiali, la maggior parte degli esercizi del settore in Italia fa capo a piccole o medie imprese unilocalizzate. Il numero medio di occupati per esercizio, nel complesso del settore, è di circa 3,3: numero medio che si eleva a circa 6,4 negli esercizi ricettivi e scende invece intorno a 3 nei ristoranti, bar, ritrovi e stabilimenti balneari. Peraltro, poiché i lavoratori indipendenti ed i loro familiari coadiuvanti (che per lungo tempo nel passato erano stati più di quelli dipendenti) sono oggi appena un po' meno di quelli dipendenti, si deduce che il settore è costituito prevalentemente da esercizi e da imprese di piccole dimensioni, spesso a marcato carattere familiare.

GLI SCENARI DEL TURISMO ITALIANO NEL PROSSIMO FUTURO

Gli analisti economici versano fiumi di inchiostro per sostenere la tesi che, sparite le incertezze della guerra in Iraq, ci sarà una graduale ma sostenuta ripresa dell'attività economica a livello mondiale. Francamente, per quanto si cerchi di guardare al futuro con ottimismo, non si riesce a vedere una ripresa imminente e forte; paure ed eventi socio-politici influiranno sempre di più sulla propensione agli spostamenti, determinandone in molti casi una diminuzione. La contrazione dei consumi sarà anche determinata da un impoverimento di alcune fasce della popolazione, la certezza di pensioni più basse e l'incertezza sul lavoro indurranno le famiglie a comportamenti di consumo più prudenti, utili ad accumulare risparmio precauzionale. I consumi che risentiranno maggiormente degli eventi sociali, politici, economici dello scenario europeo e mondiale saranno quelli legati a trasporti e comunicazione, in particolare la congiuntura socio-politica, condizionata soprattutto dal terrorismo e dalla guerra in Iraq, penalizzerà il turismo estero facendo riorientare le destinazioni dei viaggi e delle vacanze, rendendoli più domestici, meno internazionali e riducendo le destinazioni verso i Paesi più esposti; la paura del terrorismo diminuirà la propensione al consumo, alterando però solo temporaneamente una serie di

abitudini, soprattutto quelle riguardanti i viaggi e le vacanze, ma poi la necessità di muoversi diverrà prevalente e si riprenderà a fare quel che normalmente si faceva.

Dopo un decennio di crescita continua, i risultati del 2004 confermano, a livello nazionale e regionale, chiaramente le difficoltà del settore. Erano dieci anni che l'estate turistica italiana non attraversava un momento di crisi così forte come quello vissuto in questo 2004; nel periodo da giugno ad agosto gli alberghi italiani hanno registrato infatti una flessione nelle presenze pari al 3,4%, con un 6,2% in meno di turisti italiani a fronte di un aumento della clientela estera dell'1,7%. E' stata calcolata una perdita di 4 milioni di pernottamenti, per un mancato introito di 500 milioni di euro. La flessione è stata forte soprattutto nelle località montane, con un -9,8% di turisti nel periodo che va da giugno ad agosto; le località marine hanno visto un calo del 5,2% mentre quelle termali hanno subito una diminuzione del 2 per cento. Una parte consistente delle perdite registrate dalle strutture turistiche italiane è dovuta alla radicale diminuzione dei vacanzieri provenienti dalla Germania.

Le conseguenze della guerra in Iraq, le difficoltà economiche di gran parte dei paesi che generano la quota più importante di domanda di turismo internazionale, le modifiche nei comportamenti della domanda turistica mondiale, non consentono di elaborare stime e previsioni con un elevato grado di attendibilità. Ma nel settore c'è ottimismo, innanzitutto perché il turismo non ha mai subito una recessione estremamente profonda e duratura, e in secondo luogo le vicende del passato dimostrerebbero che l'industria turistica è sempre venuta fuori da una crisi in forma migliore rispetto alla situazione precedente. Infatti, la storia recente supporta il parere fiducioso: dopo gli attentati dell'11 settembre il mercato turistico sembrava mortalmente colpito dalla percezione di insicurezza e instabilità delle diverse aree geografiche, in realtà ha dimostrato una straordinaria vitalità e capacità di reazione dopo un breve crollo congiunturale. Certo ha risentito, e tutt'ora risente, della difficile situazione economica, ma ciò non impedisce di ipotizzare che dopo un periodo di assestamento si ripresentino nuove opportunità di sviluppo, soprattutto grazie all'evoluzione delle abitudini di consumo della domanda e alla capacità di rinnovamento. L'industria turistica è un settore in profonda evoluzione, ma con un potenziale inimmaginabile di opportunità di sviluppo.

ELEMENTI DI CRITICITA

Nel 2003 gli alberghi e le strutture complementari operanti in Italia hanno registrato 81 milioni e 701 mila arrivi, per un totale di 341 milioni e 636 mila presenze con un decremento dello 0,4% negli arrivi e una riduzione del 1% nelle giornate di presenza rispetto al 2002.

Il risultato negativo dell'intero anno è stato determinato dalla riduzione della clientela straniera (- 5 % sia le presenze che gli arrivi), mentre la componente italiana della domanda turistica è risultata in crescita (3,2 % gli arrivi, 1,8 % le presenze). La permanenza media si attesta sulle 4,2 giornate, identica a quelle del 2002.

L'analisi territoriale delle presenze indica il prevalere di una tendenza negativa in tutte le ripartizioni ad eccezione del sud Italia. L'incidenza dell'area Mezzogiorno è del 20,7 %, in leggera crescita rispetto all'anno precedente.

La crisi del turismo non è una novità; quello del turismo è da sempre un settore complesso su cui, da qualche tempo, si è innestata una situazione di crisi che impone un'attenzione capillare, capace di indagarne ogni aspetto e di avviare iniziative concrete e concordate con i diversi soggetti interessati, per disegnare un percorso di risposte e di soluzioni valide ed efficaci.

La concorrenza e la concentrazione accresciute, l'andamento dei consumi e l'insorgere delle nuove tecnologie premono sempre più sul settore affinché attui mutamenti radicali. Per cercare di rispondere alle sfide del mercato è necessario sviluppare processi innovativi caratterizzati da un forte coinvolgimento di tutti gli attori in gioco. Questa concezione, spesso latente da parte di molti imprenditori, risulta essenziale per le imprese turistiche e ricettive proprio per la loro peculiarità di proporre un prodotto-servizio basato sulla persona che rispecchia, in tutte le fasi produttive, l'immagine dell'azienda agli occhi del cliente. Nello stesso tempo chi gestisce tale struttura deve agire in modo manageriale ponendo la risorsa umana prima delle esigenze economiche, e considerando il personale dell'impresa come cliente interno partecipe dell'evolversi delle decisioni e delle politiche aziendali. La competitività si gioca anche con la qualità del servizio; è indispensabile agire rapidamente per garantire lo sviluppo della professionalità degli addetti del settore turismo, la formazione continua dovrà essere il vero investimento del futuro sia per le imprese che per i lavoratori. Fondando, cioè, il proprio valore principale nella relazione tra individuo ed individuo. L'introduzione di forme di automazione, l'informatizzazione, la standardizzazione dei processi potranno aiutare a razionalizzare le attività e/o a contenere i costi, ma non potranno mai sostituire il core business, cioè il servizio, inteso come capacità di accogliere il cliente ed interpretarne e soddisfarne le esigenze.

CAPACITÀ DI GENERARE INNOVAZIONE E CONOSCENZA

Il reale valore economico della formazione non sta nello sviluppo di una competenza isolata, adatta all'esecuzione di uno specifico compito lavorativo, ma risiede invece nel cambiamento di lungo periodo delle capacità e degli atteggiamenti di coloro che sono stati coinvolti nell'azione formativa. La formazione continua deve rappresentare una risorsa immateriale fondamentale, un investimento dagli elevati ritorni prospettici. Dal punto di vista degli impatti attesi sull'azienda la presenza di personale in possesso di conoscenze e saperi importanti rappresenta un elemento di accrescimento della competitività aziendale. Nella formazione continua indirizzata al turismo la persona in quanto tale è il punto centrale di qualsiasi attività, sia come fruitore del servizio che come produttore di un insieme eterogeneo di elementi complessi; il personale è la prima immagine che il cliente ha della struttura al suo arrivo; da quel preciso momento le aspettative si accostano con la realtà iniziando a creare, nella mente del fruitore, un primo giudizio del prodotto. In questa fase iniziale è quindi il personale la risorsa più importante dell'impresa e come tale deve essere considerata e motivata per creare una realtà il più vicina possibile alle aspettative del cliente. Inoltre, la versatilità delle informazioni diffuse durante le attività formative dovranno consentire e favorire l'eventuale passaggio ad attività lavorative alternative in settori anche differenti.

OBIETTIVI PRIORITARI

Le azioni da avviare dovranno essere realizzate entro l'inizio dell'estate 2005, dovranno tenere conto delle priorità indicate dalle linee guida individuate da FON.TER ed offrire principalmente opportunità di formazione per:

- avviare nuovi servizi che rispondano alle continue richieste della clientela;
- l'approfondimento delle lingue straniere, di modelli di gestione della variabile ambientale all'interno dell'impresa (eco-compatibilità) e tecniche di marketing e comunicazione;
- attivare processi di innovazione tecnologica;
- interventi per promuovere innovazioni organizzative, finalizzati anche all'incremento della sicurezza sui luoghi di lavoro, della qualità del lavoro e del servizio.

ANALISI DELLE COMPETENZE IN ESSERE

Dalle statistiche ufficiali, si evince che nel 2003 nel settore del turismo si contano 953.000 occupati, di cui il 56,9% sono dipendenti e il 43,1% indipendenti. Il peso degli occupati dipendenti di sesso femminile è superiore a quello maschile, con una percentuale del 50,4%. Per i lavoratori indipendenti la quota degli occupati di sesso maschile passa al 56,3 % mentre quella di sesso femminile è del 43,7 % . Il 95% degli occupati dipendenti riveste una posizione di impiegato e operaio, l'1,7% di direttivo quadro e solo lo 0,7% di dirigente.

Dalle prime stime a conclusione della stagione 2004, l'andamento negativo del settore turistico italiano ha condizionato inevitabilmente anche l'occupazione: da gennaio ad agosto, infatti, si è verificata una flessione dell'11% rispetto allo stesso periodo del 2003, pari a 64mila contratti in meno. Una parziale rassicurazione sull'andamento del settore proviene invece da un'indagine realizzata dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali, dalla quale emerge che entro la conclusione dell'anno si prevedono 54 mila nuove assunzioni, pari al 2,4% di addetti in più rispetto allo scorso anno.

FIGURE PROFESSIONALI SULLE QUALI INTERVENIRE

Sono destinatari dei progetti formativi tutti i lavoratori occupati, per i quali esista l'obbligo del versamento del contributo integrativo di cui all'art. 25 della legge 845/1978.

Le figure professionali interessate alle azioni sono i lavoratori con differenti mansioni nei campi:

- ✓ Food and beverage.
- ✓ Room division.
- ✓ Settore commerciale.
- ✓ Settore amministrativo.
- ✓ Settore acquisti.
- ✓ Settore tecnico.

- ✓ Settore della ristorazione (*sala, cucina, bar, ecc.*).
- ✓ Settore vendite.
- ✓ Servizi di prenotazione.
- ✓ Insourcing e outsourcing tramite internet.
- ✓ Segreteria e servizi di ricevimento.
- ✓ Portierato.

LE PRIORITÀ DEGLI INTERVENTI FORMATIVI

Le popolazioni critiche su cui è prioritario intervenire sono:

- ❖ Lavoratori temporaneamente sospesi per crisi congiunturale, riorganizzazione e riduzione temporanea di attività.
- ❖ Lavoratori dequalificati.
- ❖ Lavoratori over 45.
- ❖ Disabili.
- ❖ Lavoratori assunti con contratto a tempo determinato, ivi compresi i lavoratori stagionali.
- ❖ Lavoratori assunti con contratto a tempo indeterminato che necessitano di interventi formativi.

FABBISOGNO FORMATIVO

Per lungo tempo il turismo è cresciuto senza una formazione appropriata. Gli istituti alberghieri fornivano le competenze operative di base; le piccole e medie imprese familiari - il modello prevalente in Italia sino ad oggi - assicuravano una trasmissione delle conoscenze per linee interne. In un tempo brevissimo tutto questo è apparso improvvisamente obsoleto. Il rapido sviluppo del turismo, la sua estensione su scala planetaria, ha prodotto un sistema turistico di straordinaria complessità, che richiede competenze davvero nuove. L'importanza sociale, le dimensioni economiche e le dinamiche competitive dei mercati globali inducono ad adottare strategie sempre più sofisticate per garantire nel turismo qualità, sicurezza, divertimento, cultura ed esperienza a consumatori informati ed esigenti. Dinanzi a questi nuovi scenari, anche gli operatori, sin qui a dire il vero poco sensibili al tema, stanno cominciando a manifestare, sia pure in modo ancora incerto e confuso, nuovi bisogni di formazione.

La formazione è fondamentale per migliorare la competitività delle imprese dando loro stabilità e opportunità di crescita. Per la formazione turistica comincia un'epoca di profonda e radicale trasformazione, quasi una rifondazione. Diverse le novità: non è trascorso un anno da quando la riforma universitaria ha introdotto una laurea in scienze turistiche che diversi atenei hanno appena attivato, o si apprestano ad attivare. Una proposta tutta da verificare per forma e contenuti, ma il segnale resta importante, perché la filiera della formazione turistica comincia a completarsi nelle sue diverse parti.

DESCRIZIONE DELLE ATTIVITÀ CHE SI INTENDO REALIZZARE

L'obiettivo degli interventi proposti è quello di contribuire al miglioramento professionale dei lavoratori con lo scopo di favorire percorsi di crescita individuale e aumento del potenziale di occupabilità, che nel settore si prevede in crescita del 2,4% nel 2005. L'acquisizione di nuove competenze dovranno anche garantire la mobilità dei lavoratori in un'ottica di internalizzazione delle imprese turistiche italiane, anche per la crescente attrazione del nostro Paese da parte di mercati emergenti (Est Europa, paesi extra-europei, Sud-est Asiatico).

Le azioni che si andranno a realizzare saranno trimestralmente monitorate così da rispondere alle esigenze di informazione e trasparenza circa i progressi compiuti nell'implementazione delle azioni programmate.

FONTI DI FINANZIAMENTO

- Risorse stanziare da FON.TER.
- Autofinanziamento.