



Istituto Tecnico Commerciale e per Geometri “G. Cerboni”

Piazzale A. Buttafuoco, 1, 57037 – Portoferraio LI

*Fabbisogni formativi
all’Isola d’Elba
2009/2010*

A cura dell’ITCG “G. Cerboni” di Portoferraio, (curatore Prof. Mauro Luchetti).
Consulenza del Dott. Mauro Scalabrini, del Centro per l’Impiego di Portoferraio.

Fonti: “*Bisogni formativi e sistema formativo integrato all’Isola d’Elba*”

(Ricerca promossa dalla Amministrazione Provinciale di Livorno - Settore lavoro e Formazione Professionale –
e realizzata dall’IRES TOSCANA, con la collaborazione del Centro per l’Impiego di Portoferraio.

1. I CARATTERI SOCIO-ECONOMICI DELL'ISOLA D'ELBA

L'Isola d'Elba ha una fondamentale ed evidente caratterizzazione turistica della propria economia. Si tratta dell'unico Sistema Economico Locale (SEL) toscano che vede una assoluta prevalenza delle funzioni turistiche, dirette o indirette, che si collocano come effettivo motore dello sviluppo prioritario. Per quanto le attività turistiche siano infatti ben rappresentate nell'intera regione, e vedano particolari concentrazioni in molti altri SEL, si tratti di città d'arte, di località montane, balneari o termali, in nessuna di esse tali attività registrano una così netta prevalenza del motore turistico. L'occupazione turistica (intesa nel settore alberghi, ristoranti e pubblici esercizi) costituisce infatti il **29,8%** del totale, una percentuale circa cinque volte maggiore della media regionale. Circa il 20% dei consumi interni sono consumi di non residenti, ovvero turistici. L'accoglienza turistica è così il centro dello sviluppo locale.

In realtà però la pervasività dello sviluppo turistico la si legge anche da molti altri dati economici ed occupazionali, che non riguardano direttamente le attività dell'accoglienza turistica in senso stretto. Praticamente in tutte le attività nelle quali l'Isola segna una specializzazione rispetto alle medie regionali si può trovare un filo rosso che le collega alle attività turistiche. E' così nel caso delle agenzie di viaggio, specializzate nell'incoming e che qui assurgono al ruolo di collettori di una serie di servizi alle vacanze degli ospiti; in quello dell'edilizia (il cui differenziale di sviluppo risulta dalle opportunità di soddisfare una domanda di seconde case, di strutture ausiliarie del turismo, di infrastrutture ad uso turistico); in quello delle lavorazioni del legno, che sviluppano le attività di riparazione o di installazione di infissi alle strutture turistiche e alle seconde case. E' così anche nel caso dell'industria alimentare (che comprende piccole attività artigianali, come quelle di fornai e pasticceri), od in quello della cantieristica navale (che sfruttano evidenti sinergie con la diffusa portualità minore-turistica). Anche i trasporti marittimi sono, al di là della non secondaria attività di collegamento strutturale in un contesto isolano, per buona parte dediti al trasporto dei turisti e dei beni ad essi dedicati. In altri termini, molte attività che soddisfano normalmente la domanda dei residenti, sono qui più presenti che altrove perché dirette ad una quota aggiuntiva della domanda, basata sulla spesa di non residenti, ovvero turisti.

Di questa caratterizzazione turistica, e della sua base fisica, le risorse ambientali e paesaggistiche, sono ben coscienti gli operatori e i rappresentanti della società civile locale.

Accanto al dato turistico, la stessa caratteristica fisica dell'insularità ha forse alcune implicazioni in termini di isolamento rispetto ai contesti vicini, non escluse alcune caratteristiche nella cultura diffusa locale. In primo luogo il dato dell'autocontenimento del pendolarismo giornaliero indica un mercato del lavoro fortemente specifico e non molto integrato con il resto della regione; in secondo luogo occorre considerare i caratteri sociali del lavoro turistico, con la forte stagionalità che vi è connessa, come nelle altre aree turistiche. Ne risulta una elevata quota di disoccupazione nella media dell'anno, ma essa è sostanzialmente inesistente nel pieno della "stagione" (che, per inciso, è più ampia che nelle altre località del turismo balneare). La sovrabbondanza di occasioni di lavoro stagionali, che non comportano veri e propri "posti di lavoro", ma certo anche redditi consistenti (soprattutto se al lavoro si associa lo sfruttamento di qualche risorsa immobiliare, pur modesta) implica un elevato livello del lavoro non regolare, un livello non molto elevato di trasferimenti (i redditi pensionistici sono molto più bassi che nelle aree ex - grande-industriali), in definitiva un rapporto con il lavoro diverso da quello che si incontra in altre aree, più centrato sulla ricerca dell'occasione e poco sulla accumulazione di conoscenze e professionalità (che pure potrebbero garantire carriere di tutto rispetto).

2. LE PROSPETTIVE DEL SETTORE TURISTICO

Il settore turistico è uno dei pochi per i quali, nel lungo periodo, possono essere formulate previsioni che sembrano fondate e certe. Infatti la dinamica espansiva dell'uso turistico del tempo libero è relativamente certa, e si parla del turismo e dell'industria del tempo libero come del settore in maggiore espansione nel mondo occidentale.

A differenza di molte altre attività, incluse quelle più innovative che, proprio per la dinamica della produttività e per la continua incertezza sulla validità delle soluzioni tecnologiche di volta in volta trovate implicano una grande instabilità delle previsioni della domanda, il turismo può contare su una domanda stabile, su un uso crescente di tecnologie informatiche ma difficilmente sostitutivo di lavoro e su una ricaduta occupazionale non soggetta a contrazioni drammatiche, perfino in presenza di situazioni di crisi mondiale (quale quella post-11 settembre o l'attuale crisi finanziaria mondiale), soprattutto in un'area con forti specificità, come l'Arcipelago.

La prospettiva elbana tuttavia non può essere inquadrata esclusivamente in questa ottica.

Infatti per quanto buone siano le condizioni di base del turismo elbano, non è infinito il margine di manovra e di espansione sul mercato delle attività che su di esse si fondano. Proprio il posizionamento su di una fascia alta del mercato turistico evidenzia alcuni fattori di preoccupazione per la prospettiva.

Non si può pensare infatti che le sole disponibilità di risorse ambientali e paesaggistiche siano sufficienti a mantenere nelle posizioni più alte del mercato il complesso turistico elbano, specialmente in un periodo di tendenziale diminuzione dei costi di trasporto, ed in un contesto che è stato autorevolmente definito di mercato maturo. Il **congestionamento e l'impatto antropico** dovuto al numero dei turisti nei periodi di punta è già oggi infatti il principale problema avvertito dai visitatori.

Un rischio concreto è allora non tanto quello di una sorta di crollo dell'attività turistica, ma di un suo lento degrado verso fasce di mercato via via con minori capacità di spesa, e quindi verso minori capacità di produrre reddito.

3. IL CARATTERE ENDOGENO DELLO SVILUPPO LOCALE

Un elemento di forza del turismo elbano sta però nella ramificazione di attività che, a partire dalla accoglienza, ricettività e ristorazione ha sviluppato in molteplici direzioni, attivando legami economici e sociali di grande rilevanza, già descritti in precedenza.

Un altro elemento di forza sta nella relativa capacità di autocontenere questi legami, sia pure interni al comparto delle attività turistiche. In questo senso è significativa la situazione delle agenzie di viaggio locali, evidente snodo strategico del sistema turistico, che sono passate ad un controllo quasi totale dei pacchetti turistici. Infatti i grandi operatori nazionali del settore negli ultimi anni non propongono più un catalogo specifico del prodotto Elba, giacché non riescono a garantire la stessa qualità informativa e precisione di condizioni che può essere soddisfatta da operatori medi e piccoli locali. E' in effetti difficilmente pensabile una "colonizzazione" delle attività locali da parte di grandi operatori esterni. Il turismo elbano si configura così come una attività a prevalente contenuto endogeno, cosa non scontata per le aree specializzate nel turismo.

Questo tuttavia non significa che necessariamente le ricadute economiche del turismo si riproducano senza una attiva promozione della riproduzione delle risorse ambientali e professionali che sostengono le prime. Le attività già avviate nell'Isola relative alla teleformazione spingono del resto nella direzione di una qualificazione del sistema delle imprese oltre che della fascia più professionalizzata della manodopera, indispensabile per perseguire l'obiettivo della qualità (e quindi del mantenimento in un segmento di mercato "alto").

4. LE RISORSE UMANE

Per consolidare le attività turistiche e volgerle non esclusivamente allo sfruttamento della “rendita di posizione” è cruciale il rafforzamento delle condizioni di riproduzione delle risorse umane a disposizione delle attività turistiche, che in ultima analisi garantiscono la qualità dell'accoglienza.

Una osservazione preliminare riguarda tuttavia la rigidità dell'offerta di lavoro tout court, a prescindere dal grado di professionalità (e dunque dai processi formativi che possono essere applicati ad essa). In altre parole, **per molte attività in ambito turistico manca manodopera disponibile in sede locale** (e non è così facile farla venire da fuori) e non è pensabile che la strutturazione delle professionalità possa di per sé garantire un miglioramento della situazione. Quando si pensi che mansioni come quelle di lavapiatti sono fra quelle per le quali si avvertono i maggiori vincoli dell'offerta, è evidente che il miglioramento del sistema formativo non sempre offre la soluzione per i problemi di risorse umane che si evidenziano.

Nei vari comparti direttamente connessi, o collegati, alle attività turistiche si è accumulato un grande patrimonio di professionalità, utilizzato e riconosciuto ben al di là del bacino locale; ma **la sola accumulazione di esperienza**, specialmente in un mercato maturo, **non è sufficiente alla continua qualificazione** necessaria a consolidare le posizioni in un mercato con forti elementi di dinamica.

Tuttavia, e ciò vale sia per le attività imprenditoriali che per le professionalità dei lavoratori dipendenti, si ritengono possibili e utili interventi di consolidamento professionale, soprattutto a favore di persone già impegnate nel campo turistico.

5. IL SISTEMA SCOLASTICO E FORMATIVO

Il sistema scolastico e formativo è dunque cruciale per il rafforzamento della qualità dell'offerta di lavoro. Al riguardo i recenti sviluppi della offerta formativa degli Istituti elbani hanno in parte risposto alle esigenze da tempo formulate dagli operatori economici locali.

Gli indirizzi scolastici più interessanti, e più vicini al comparto turismo in senso lato, sono senz'altro il nuovo corso **ITER** dell'I.T.C.G. “G. Cerboni”, con il quale si consegue il diploma di Tecnico per il Turismo, che va ad affiancare il già esistente indirizzo **ERICA** per Periti Aziendali Corrispondenti in lingue estere. Questa situazione, in attesa di una definizione ulteriore che scaturirà dal riassetto complessivo della istruzione tecnica, consente di orientare i due corsi l'uno con una maggiore attenzione alla organizzazione e gestione complessiva dell'azienda turistica (back office), l'altro con una attenzione particolare al rapporto diretto con l'utenza, nazionale ed estera (front office). Questa maggiore “specializzazione” degli indirizzi potrebbe far superare alcune riserve espresse dagli operatori del settore, che hanno in passato lamentato una certa superficialità delle conoscenze in uscita, a volte insufficienti anche a fornire le competenze di base per seguire corsi di specializzazione post diploma.

È inoltre innegabile che indirizzi “storici” come l'**IGEA**, forniscono da sempre figure identificabili quali Addetti alla Contabilità o Responsabile della Contabilità, anche se non sempre immediatamente spendibili sul mercato del lavoro, data l'oggettiva generalità della loro formazione rispetto alla specificità delle esigenze del settore turistico.

Ad esso si affianca l'istituzione, da parte dell'I.S.I.S. “R. Foresi”, presso l'IPIA “Brignetti”, di corsi professionali di:

- Operatore dei Servizi di Ristorazione Settore Cucina

- Operatore dei Servizi di Ristorazione Settore Sala Bar
- Operatore dei Servizi di Ricevimento

Se la situazione della formazione scolastica professionale risulta alquanto migliorata, in virtù degli adeguamenti di cui sopra, quello che appare auspicabile è un intervento formativo che da un lato coinvolga attivamente la realtà produttiva locale, con contributi sotto forma di co-docenze o testimonianze anche estemporanee, e dall'altro alterni interventi in aula con altri momenti empirici ed esperienziali on the job (stages ecc.).

Alla base di tutto resta comunque la necessità di potenziare le occasioni e le attività di **informazione e orientamento** alla scelta del percorso scolastico e formativo da parte di chi proviene dall'obbligo scolastico.

In tal senso si inquadra anche l'intervento della Provincia di Livorno che ha organizzato, in tutti i SEL e nell'ambito delle competenze dei Centri per l'Impiego, dei piccoli **saloni per l'orientamento**, con l'obiettivo di accompagnare alla scelta in entrata sia studenti che famiglie.

Sembra quindi quanto mai necessario che le iniziative in tal senso non siano isolate, ma al contrario che istituzioni scolastiche ed enti locali promuovano una serie di interventi ed attività integrati tra di loro che supportino ed accompagnino gli interessati nel percorso di scelta individuale propedeutico ed essenziale alla creazione di un patrimonio di risorse umane realmente consapevole e motivato, vero motore di sviluppo del territorio.

6. IL SETTORE TRAINANTE

Solo due settori superano i 1.000 addetti (Alberghi e ristoranti, 2449 e commercio al dettaglio, 1466, altri due i 500 (costruzioni 894 e altre attività professionali, 527) e altri tre i 200 (trasporti marittimi, 463, commercio all'ingrosso, 321, commercio auto e carburanti, 212). Otto settori superano i 100 addetti. Si può però considerare che già i 200 addetti rappresentano un limite al di sotto del quale comincia ad essere non significativa la scelta di politiche di formazione (è difficile che ci sia un ricambio tale da consentire l'ingresso di nuovi addetti per i quali si predispongano corsi di formazione). In ogni caso è significativo il 47% dell'occupazione isolana concentrato nei soli due settori del commercio al dettaglio e del turismo.

L'occupazione elbana equivale allo 0,8% di quella regionale; ci sono alcuni settori in cui questa percentuale è significativamente più elevata. In primo luogo i trasporti marittimi (35,8%), ma anche le attività di noleggio e leasing (4,6%), gli alberghi e ristoranti (3,9%), le altre industrie estrattive e la ricerca e sviluppo (entrambe pesano per l'1,6% - ma su cifre assolute assai basse, solo 52 addetti in un caso e 17 nell'altro all'Elba). Ugualmente non significativa si è ritenuta l'incidenza locale dell'occupazione nel settore "altre attività dei servizi", che pesa sì per lo 0,9% del totale regionale, ma che ha solo 199 addetti, dispersi fra attività molto diversificate le une dalle altre.

Leggermente superiore alla media è l'incidenza dell'isola nell'occupazione dell'industria del legno (0,9%, che comprende alcune produzioni di supporto all'edilizia), la fabbricazione dei mezzi di trasporto (0,9%, grazie ad alcune attività della cantieristica navale), l'edilizia (1,0%, probabilmente attivata dal motore turistico), nello stesso commercio al dettaglio (1,2%, evidentemente perché ha un ruolo di servizio non solo rispetto ai residenti, ma anche rispetto alla domanda turistica) e nelle attività di supporto ai trasporti come le agenzie di viaggio (anche in questo caso vi è un legame con il settore turistico, in quanto, diversamente da quanto avviene di solito, le agenzie elbane sono non tanto dedite all'outgoing, quanto all'offerta di servizi integrati al turismo incoming). Ulteriori elaborazioni sono state fatte solo su quei settori che avessero un indice di specializzazione (percentuale occupati settoriale Elba - percentuale occupati settoriale toscana) superiore ad uno, ma in cui i numeri assoluti fossero ragionevolmente vicini alla soglia dei 200 addetti, aggiungendovi comunque anche il settore delle industrie alimentari, prossimo ad una specializzazione pari alla media regionale.

6.1 SETTORE TURISMO (ALBERGHI E RISTORANTI)

Premessa

La grande risorsa del territorio è l'ambiente, la natura ed in particolare il mare. Per questo motivo la struttura alberghiera elbana incorpora quasi sempre anche servizi non propriamente ricettivi, ma legati allo sfruttamento delle risorse tipiche.

Moltissimi alberghi hanno uno stabilimento balneare ed in molti casi sono dotati anche di piscina e strutture sportive, che mettono al servizio non solo dell'ospite, ma anche di clienti esterni. Alcune figure professionali impiegate per la gestione di questi servizi sono esterne, altre invece vengono assunte direttamente dall'albergo nell'ambito della normale attività turistico-ricettiva e quindi fanno parte della sua pianta organica.

Partendo dalla complessità della rete di relazioni della filiera turistica, collegata strettamente a numerose attività "ricreative e del tempo libero" a servizio dell'ospite e legate alle risorse su cui il territorio basa la propria vocazione turistica, possiamo tranquillamente affermare che molte delle professionalità presenti in questi settori, sebbene non inquadrate nell'organigramma alberghiero, completano la fruizione del bene "turismo" da parte dell'ospite, concorrendo a determinare il suo

grado di soddisfazione. Risulta quindi necessario analizzare accanto al fabbisogno di professionalità interne quello di figure autonome, per le quali occorre prevedere non solo percorsi formativi ma anche attività di sostegno e promozione alla creazione di impresa.

Nel corso delle interviste agli esperti è stata rilevata la propensione a delegare all'esterno la gestione di alcuni servizi. Ma, mentre in alcuni casi, come per esempio per l'animazione turistica o le attività sportive, si tratta di attività tradizionalmente svolte da personale esterno, il fenomeno si sta estendendo anche a servizi, come quello delle pulizie o della ristorazione e più precisamente del catering, tradizionalmente gestiti direttamente ed attualmente invece sempre più spesso appaltati ad imprese o cooperative, che garantiscono la copertura di picchi di lavoro straordinari o stagionali con una maggiore economicità e semplicità di gestione.

Per quanto riguarda invece i servizi gestiti fino ad oggi attraverso accordi e contratti con soggetti esterni, come ad esempio le attività ricreative infantili, legate alla richiesta, soprattutto qualitativa, degli ospiti, sia italiani che stranieri, l'orientamento, soprattutto in prospettiva, sembra essere quello di passare ad una gestione diretta, attraverso figure interne, in modo da controllare da vicino le attività critiche ed offrire all'ospite un servizio di qualità basato sulla fiducia.

Settore turismo (alberghi e ristoranti)

Ricettività

- Ambito ricevimento clienti
- Ambito servizio ai piani

Ristorazione

- Ambito cucina
- Ambito office (retrosala)
- Ambito sala
- Ambito bar

Servizi di supporto

- Manutenzione e giardinaggio
- Stabilimento balneare e piscina
- Attività ricreative

Altre aree funzionali

- Direzione e programmazione strategica
- Progettazione e innovazione
- Acquisti e rapporti con i fornitori
- Logistica, magazzino, consegne, trasporti
- Amministrazione, contabilità, controllo gestione, gestione del personale, risorse umane, formazione

- Controllo qualità
- Comunicazione, immagine, pubblicità
- Vendite, rapporto con clienti, commerciale

6.2. LE AGENZIE DI VIAGGI

Le agenzie di viaggi svolgono un ruolo importantissimo sia come intermediare tra l'ospite e i servizi ricettivi, di trasporto e di supporto al turismo, sia come veicoli di promozione della risorsa turistica "Elba".

A differenza di altri territori, dove il mercato viene gestito principalmente da Tour operators esterni, qui si è verificato un caso abbastanza eccezionale, cioè il rafforzamento progressivo di Tour operators locali, strutturati e di grandi dimensioni, che gestiscono la maggior parte dei soggiorni, avvalendosi della collaborazione di agenzie esterne, attraverso le quali propongono i loro prodotti all'ospite. La diffidenza da parte dei piccoli operatori turistici, che costituiscono la maggior parte delle attività isolane, nei confronti di soggetti esterni, ha posto le agenzie locali, che invece potevano vantare con gli imprenditori del posto rapporti di conoscenza e fiducia, in una posizione di privilegio che ha permesso uno sviluppo incredibile di queste attività ed in pratica l'acquisizione dell'esclusiva di vendita del prodotto "Isola d'Elba".

In sintesi le agenzie di viaggi del territorio possono essere distinte in due tipologie:

le piccole agenzie, che operano come dettaglianti, cioè rivenditori di servizi turistici, gestiscono il contatto diretto con il consumatore finale (il turista) e vivono delle provvigioni derivanti dai servizi venduti, costituiti per la massima parte dall'affitto di appartamenti e dalla vendita di servizi di supporto al turismo;

le grandi agenzie che invece operano come Tour operators, proponendo soggiorni in appartamenti e alberghi, e Tour organizer, confezionando su domanda viaggi per gruppi organizzati.

Oltre alle dimensioni ed al fatturato, le due tipologie di agenzie si distinguono per i costi di gestione, che nel caso dei tour operators sono costituiti non solo dalla gestione pura ma dagli ingenti costi di promozione, progettazione, realizzazione e distribuzione dei cataloghi viaggi.

Inoltre mentre i rapporti delle agenzie di viaggi di piccole dimensioni si svolgono da un lato con le strutture ricettive (per lo più residence e alberghi) e dall'altro con gli ospiti, i tour operators gestiscono i rapporti con il cliente finale (il turista) tramite agenzie di viaggi affiliate e quindi svolgono attività di intermediazione al turismo e, a parte sporadiche prenotazioni dirette e l'attività di biglietteria trasporti, non gestiscono direttamente i rapporti con il cliente individuale.

Le grandi agenzie inoltre si occupano anche del confezionamento di pacchetti/soggiorno per gruppi organizzati; in questo caso, a differenza del soggiorno offerto tramite agenzia che prevede al massimo il servizio complementare del trasporto, i pacchetti prevedono tutta una serie di servizi organizzati in seguito a richieste specifiche del gruppo, che vengono forniti avvalendosi delle varie professionalità presenti nel territorio (guida turistica, guida ambientale escursionistica, guida trekking, istruttore diving, etc.)

Da un punto di vista organizzativo e gestionale il fattore umano assume un'importanza enorme, poiché il cliente spesso identifica il servizio offerto con la professionalità del venditore, ma mentre per le piccole agenzie ci si riferisce quasi esclusivamente all'attività di front office con l'ospite, per i Tour operators riguarda anche e soprattutto la capacità di programmare e vendere i viaggi con risparmio di tempo e denaro, valutando di volta in volta la qualità dei fornitori e proponendo nuovi servizi, migliori e a prezzi vantaggiosi.

Distinguiamo quindi i servizi erogati in tre tipologie principali:

- pacchetto strutturato per clienti individuali
- pacchetto confezionato per gruppi organizzati
- prenotazione su richiesta ed esigenze individuali

Settore Agenzie Di Viaggi E Servizi Al Turismo

Aree di attività:

- Direzione e programmazione strategica
- Progettazione e innovazione
- Contrattistica e commerciale
- Realizzazione, stampa e distribuzione dei cataloghi-viaggi
- Gestione del personale e risorse umane
- Amministrazione, contabilità, controllo gestione
- Informatica e telematica
- Gestione individuali
- Gestione gruppi
- Attività di front office

7. LA DOMANDA DI LAVORO DEL SETTORE TURISTICO

7.1. IL SETTORE DELLE AGENZIE DI VIAGGI

Direttore tecnico	100 %
Progettista di servizi turistici	100 %
Direttore commerciale	88%
Operatore di agenzia turistica	88 %
Responsabile delle Risorse umane	75 %
Tourist promoter	75 %
Esperto analisi e investimenti turistici	63 %
Addetto contabilità di agenzia	63 %
Responsabile di contabilità	50 %
Fotografo	38 %
Operatore di front office	25 %
Operatore telematico	25 %

Le percentuali maggiori afferiscono a figure insostituibili all'interno di un'agenzia, come ad esempio il direttore tecnico. In relazione ad alcune figure inoltre, come ad esempio per l'operatore front office, occorre notare come il piccolo peso ricoperto dipenda più dall'assorbimento delle mansioni da parte di altre professionalità, in questo caso dall'operatore di agenzia turistica, che da altri fattori. Il bacino di reperimento di queste figure professionali è prevalentemente locale (le altre voci possibili sono "regionale", "nazionale", "extracomunitario") e questo è chiaramente spiegato dall'attività non sempre stagionale del settore. Fa eccezione il tourist promoter per cui, viste le caratteristiche particolari della figura professionale, l'ambito di ricerca indicato è stato quello nazionale.

Simmetricamente possiamo osservare la distribuzione delle figure il cui reperimento è molto difficoltoso (le altre risposte possibili sono "non difficoltoso" e "poco difficoltoso", oltre ad una quota di "non risposte").

Addetto contabilità d'agenzia	60,0 %
Tourist promoter	50,0 %
Responsabile contabilità	50,0 %
Operatore di agenzia turistica	42,9 %

Più in particolare il giudizio sulla difficoltà di reperimento della figura è strettamente correlato al bacino di reperimento. Quindi mentre viene considerato molto difficoltoso reperire addetti alla contabilità o operatori di agenzia turistica locali, reperire il tourist promoter non è semplice a prescindere dal fatto che l'ambito della ricerca non sia circoscritto al solo territorio ma si estenda a livello nazionale.

Una domanda ulteriore riguardava la disponibilità effettiva, sia pure nell'orizzonte futuro di alcuni anni, ad assumere le specifiche figure professionali indicate. In questo caso si è costruito un indice, sottraendo alle risposte di "crescente" disponibilità ad assumere le risposte relative ad una disponibilità declinante ed indicando solo le figure con indice superiore allo zero anche se, non conteggia le aziende che prevedono che la disponibilità ad assumere quella figura resterà costante (che di solito sono la parte maggioritaria).

Quindi un indice zero non significa che quella figura non verrà assunta, ma che presumibilmente le assunzioni si manterranno nell'ambito del rimpiazzo del turn over.

Le accelerazioni previste della domanda di specifiche figure professionali riguarderanno dunque l'operatore di front office, l'operatore di agenzia e l'addetto alla contabilità.

Operatore di <u>front office</u>	50,0 %
Operatore di agenzia turistica	42,9 %
Addetto contabilità di agenzia	20,0 %

L'efficacia della formazione, secondo le agenzie di viaggi, è approssimata da un apposito indice, per costruire il quale si è sottratta la quota delle imprese che rispondono "no", alla domanda se la figura specifica che si presenta sul mercato del lavoro locale è formata in modo adeguato, alle imprese che rispondono "sì".

In pratica una valutazione passabile di adeguatezza riguarda solamente la figura professionale del responsabile di contabilità, mentre negli altri casi, in particolare per l'operatore di front office, si dice che la figura professionale non è adeguatamente formata al momento in cui entra nell'impresa.

Operatore di <u>front office</u>	-100 %
<u>Tourist promoter</u>	-50 %
Addetto contabilità di agenzia	-40 %
Operatore di agenzia turistica	-14 %
Direttore tecnico	-13 %
Responsabile di contabilità	0 %

Alle aziende è stato infine chiesto se giudicavano più adatta una formazione "in azienda" o "esterna"; e poi "pratica" o "teorica". Per costruire quest'indice abbiamo sommato algebricamente le percentuali delle aziende che preferivano una formazione "in azienda" e "pratica" (con segno più) con le aziende che preferivano una formazione "esterna" e "teorica" (con segno meno), ottenendo un indice approssimabile alla preferenza per l'informalità, per la "contestualità", rispetto alla preferenza per modelli formativi più astratti e istituzionalizzati.

La preferenza è generalmente per una formazione contestuale (solo per il Responsabile del reparto contabile si preferisce una formazione teorica- esterna).

Da notare che l'unico dato al 100% è quello relativo al Direttore tecnico, forse proprio perché se da un lato è in possesso di professionalità alte, dall'altra spesso manca proprio di una cultura pratica di impresa che può acquisire solo sul campo, mentre all'opposto si trova il responsabile di contabilità, che invece deve acquisire maggiori conoscenze teoriche.

Direttore tecnico	100 %
Operatore di agenzia turistica	75 %
Operatore di <u>front office</u>	50 %
Addetto di contabilità d'agenzia	33 %
<u>Tourist promoter</u>	33 %
Responsabile di contabilità	-100 %

A prescindere dall'affiancamento on the job, comunque necessario al momento dell'inserimento in azienda, ciò che manca, soprattutto per le figure di operatore di agenzia, operatore di front office e addetto alla contabilità di agenzia, è una formazione esterna post diploma che parta da competenze di base acquisite (la conoscenza delle lingue e degli strumenti informatici) e coniughi e alterni momenti teorici in aula, per apprendere il linguaggio, la normativa e gli

strumenti specifici del settore, con periodi di tirocinio in azienda, nei quali fissare ed approfondire con l'esperienza quanto appreso solamente in modo teorico.

7.2. IL SETTORE ALBERGHIERO E DELLA RISTORAZIONE

Anche in questo caso verifichiamo la quota di aziende del settore in cui è presente almeno una persona relativamente alle figure professionali indicate: abbiamo scelto le figure che presentano almeno un 20% di risposte: sono 21 figure professionali, mentre altre 19 figure professionali sono presenti in meno del 20% delle imprese. Inoltre altre 3 figure professionali, pur indicate dagli esperti del settore, non sono presenti in nessuna delle imprese rilevate.

<i>% di aziende turistiche in cui è presente almeno un ...</i>	
Chef	95,5 %
Chef de rang	77,3 %
Lavapiatti	68,2 %
Commis di cucina	63,6 %
Direttore albergo	63,6 %
Commis di sala	59,1 %
Capo partita	54,5 %
Cameriera ai piani	54,5 %
Magazziniere	50,0 %
Caporicevimento	50,0 %
Addetto al ricevimento	50,0 %
Governante	50,0 %
Food & Beverage manager	50,0 %
Responsabile di contabilità	50,0 %
Maitre 40,9% Commis di bar	31,8 %
Barman	31,8 %
Manutentore	31,8 %
Responsabile di marketing	31,8 %
Bagnino	27,3 %
Addetto contabile	22,7 %

Le percentuali maggiori afferiscono a figure specificamente attinenti alla ristorazione, in questo rispecchiando la composizione del campione e dell'universo. Si tratta in parte di figure di elevato spessore professionale, come lo chef, il direttore d'albergo, il maître o il caporicevimento, ma ce ne sono anche alcune di basso livello come il lavapiatti e la cameriera ai piani.

Per quanto invece riguarda il bacino di reperimento, è prevalentemente locale per le figure meno specializzate o che trovano collocazione in azienda anche nel periodo invernale (come nel caso del manutentore, del giardiniere o dell'addetto contabile), mentre è esterna per le figure di maggiore qualificazione (come il maître, il barman o lo chef del rang).

Figure di provenienza locale

Add. magazzino	100 %
Capo-manutentore	100 %
Giardiniera	100 %
Bagnino	100 %
Add. Spiaggia	100 %
Istrutt. Sportivo	100 %
Autista	100 %
Baby sitter	100 %
Direttore albergo	100 %
Food & beverage manager	100 %
Responsabile di contabilità	100 %
Addetto contabile	100 %
Manutentore	86 %
Governante	83 %
Cameriera ai piani	77 %
Magazziniere	67 %
Addetto al ricevimento	56 %
Chef	53 %
Guardarobiera	50 %
Commis di cucina	46 %
Commis di bar	40 %

Figure di provenienza extraterritoriale (nazionale o regionale)

Dispensiere	100 %
Maitre	100 %
Barman	75 %
Caporicevimento	75 %
Animatore turistico	67 %
Addetto al mini club	67 %
Commis di sala	62 %
Chef de rang	56 %

Occorre comunque considerare che del campione fanno parte sia alberghi che ristoranti e mentre i primi attingono al mercato nazionale o regionale per reperire non solo lo chef o il maître, ma l'intera "brigata" di cucina o di sala, i ristoranti spesso preferiscono o sono costretti, perché non possono offrire vitto e alloggio ai propri dipendenti, a rivolgersi esclusivamente al mercato del lavoro locale, anche a costo di reperire personale non sempre all'altezza.

Sono invece sempre più spesso reperite sul mercato extra-europeo le collocazioni di basso e bassissimo livello professionale (come il lavapiatti e il lavapentole). Parallelamente è possibile osservare la distribuzione delle figure il cui reperimento è molto difficoltoso.

Molto difficili da reperire sono sicuramente molte professionalità qualificate a provenienza spesso esterna, come il barman, lo chef e il capo partita o il maître. Da sottolineare è sicuramente il fatto che le prime due figure per cui risulta più difficile il reperimento sono invece quelle meno qualificate, per le quali normalmente ci si rivolge al mercato extra-europeo. In questo caso chiaramente non si tratta di una carenza del mercato locale in ordine alle professionalità, ma più semplicemente una mancanza di manovalanza o comunque di lavoratori locali disponibili a svolgere mansioni dequalificate.

Infine da rilevare è anche la difficoltà emersa dalle interviste a reperire la figura professionale del manutentore del settore turistico, che si contraddistingue dalle altre figure perché nonostante svolga la propria attività nel turismo, spesso la sua collaborazione supera la logica stagionale ed anzi intensifica il proprio lavoro nel periodo invernale.”

Lavapentole	100,0 %
Lavapiatti	92,9 %
Manutentore	88,9 %
Barman	75,0 %
Capo partita	66,7 %
Commis di cucina	66,7 %
Chef de rang	64,7 %
Chef	60,0 %
Maitre	58,3 %
Commis di sala	53,8 %

In ordine poi alla disponibilità effettiva, sia pure nell’orizzonte futuro di alcuni anni, ad assumere le specifiche figure professionali indicate, anche in questo caso si è costruito un indice sottraendo alle risposte di “crescente” disponibilità ad assumere, le risposte relative ad una disponibilità declinante. L’indice non conteggia le aziende che prevedono che la disponibilità ad assumere quella figura resterà costante (che di solito sono la parte maggioritaria), quindi un indice zero non significa che quella figura non verrà assunta, ma che presumibilmente le assunzioni si manterranno nell’ambito del rimpiazzo del turn over.

Gli incrementi di domanda di specifiche figure professionali riguarderanno quindi non solo molte figure tipiche della ristorazione, come lo chef, il commis di cucina, il commis di sala e lo chef de rang) ma anche altre figure come l’addetto al mini club, cioè colui o colei che si occupa dell’intrattenimento dei bambini, il giardiniere ed il manutentore.

Le figure per cui si prevede invece una decelerazione della domanda sono quelle legate ai servizi a supporto del settore alberghiero, più in particolare legate alla balneazione.

Addetto al mini club	67 %
Giardiniere	25 %
Manutentore	11 %
Chef	10 %
Commis di cucina	8 %
Commis di sala	8 %
Lavapiatti	7 %
Cameriera ai piani	7 %
Chef de rang	6 %
Capo partita	0 %
Bagnino	-17 %
Addetto di spiaggia	-33 %

Ancora una volta si è calcolata l’efficacia della formazione, secondo le imprese del settore, attraverso un indice, per costruire il quale si è sottratta la quota delle imprese che rispondono “no”, alla domanda se la figura specifica che si presenta sul mercato del lavoro locale è formata in modo adeguato, alle imprese che rispondono “sì”.

Indice di inadeguatezza della formazione

Addetto al mini club	-100 %
Animatore turistico	-100 %
Baby sitter	-100 %
Capo partita	-83 %
Manutentore	-82 %
Addetto di ricevimento	-64 %
Chef	-60 %
Commis di cucina	-58 %
Commis di sala	-54 %
Chef de rang	-53 %
Barman	-50 %
Addetto contabile	-40 %
Caporicevimento	-36 %
Food & Beverage manager	-29 %
Giardiniere	-25 %
Responsabile di contabilità	-25 %

In pratica non sono considerate adeguatamente formate al momento in cui entrano nell'impresa non solo le figure strettamente legate al comparto alberghiero (come il caporicevimento o l'addetto al ricevimento) o al comparto della ristorazione (come lo chef, lo chef de rang ed i vari commis), ma anche figure esterne, collegate ai servizi di supporto all'ospitalità (come l'animatore turistico, l'addetto al mini club o la baby sitter).

Sono invece considerate adeguate dal punto di vista della formazione altre figure, tra cui spiccano quelle meno qualificate (come il lavapiatti, il lavapentole o l'addetto di spiaggia) a riprova che l'eventuale difficoltà a reperire personale, come appunto nel caso del lavapiatti, non è legata ad una carenza di formazione ma semplicemente ad una mancanza di manodopera disponibile.

Indice di adeguatezza della formazione

Lavapentole	100 %
Addetto di magazzino	100 %
Dispensiere	100 %
Guardarobiera	100 %
Istruttore Sportivo	100 %
Autista	100 %
Addetto di spiaggia	100 %
Bagnino	83 %
Lavapiatti	71 %
Maitre	25 %
Governante	18 %
Commis di bar	14 %

Infine, anche alle aziende del settore alberghiero e ristorativo, è stato chiesto se giudicavano più adatta una formazione "in azienda" o "esterna"; e poi "pratica" o "teorica". Anche in questo caso, come per le agenzie di viaggi, l'indice è stato costruito sommando algebricamente le percentuali delle aziende che preferivano una formazione "in azienda" e "pratica" (con segno più) con le aziende che preferivano una formazione "esterna" e "teorica" (con segno meno), ottenendo un indice di risultato approssimabile alla preferenza per l'informalità, per la "contestualità", rispetto alla preferenza per modelli formativi più astratti e istituzionalizzati.

Dall'analisi dei risultati si può dire che si preferisce generalmente una formazione contestuale per

le figure a più basso contenuto professionale, anche se occorre notare che solo per la figura del lavapiatti la preferenza per l'informalità è assoluta. Si nota invece una richiesta di formazione "teorica" o "esterna" anche per mansioni apparentemente "empiriche" come il barman o il commis di cucina, fino ad arrivare alla richiesta assoluta di formazione teorica ed esterna per la figura del direttore d'albergo.

Ciò può forse essere spiegato da un lato con la necessità di avere a disposizione collaboratori validi ed in possesso di un bagaglio di conoscenze anche teoriche che si scontra poi con l'insufficienza e l'inadeguatezza dei lavoratori disponibili sul territorio e dall'altro dalla consapevolezza dell'impossibilità di assumersi l'onere di processi formativi, troppo costosi ed impegnativi per delle piccole imprese come quelle del territorio.

Lavapiatti	100 %
Cameriera ai piani	88 %
Commis di sala	50 %
Governante	50 %
Manutentore	44 %
Animatore turistico	33 %
Addetto al mini club	33 %
Addetto contabile	33 %
Addetto al ricevimento	13 %
Chef de rang	8 %
Commis di cucina	-20 %
Chef	-29 %
Barman	-33 %
Commis di bar	-50 %
Caporicevimento	-50 %
Capo partita	-60 %
Magazziniere	-100 %
Direttore albergo	-100 %

Quello che risulta quindi da un quadro complessivo del settore, tracciato dalle interviste effettuate al campione di imprese di alberghi e ristoranti, è, al di là di una carenza di tipo quantitativo di manodopera di basso livello accentuata ancora di più dalla posizione insulare del territorio, un'inadeguatezza delle professionalità del settore non solo della ristorazione, ma anche dell'ospitalità e dei servizi di supporto.

La necessità che emerge non è tanto quella di un adeguamento professionale interno alle imprese per le figure assunte, comune ad ogni processo produttivo, ma una formazione esterna che crei un parco di professionalità strutturate e specifiche del settore a cui attingere. E' largamente diffusa infatti la consapevolezza della necessità di un processo formativo teorico, anche se integrato con moduli empirici ed esperienziali, ed esterno all'impresa, propedeutico all'inserimento "on the job".

8. ALCUNI SETTORI COLLATERALI

8.1. IL SETTORE AGRICOLO

La realtà elbana è caratterizzata da imprese agricole di piccole e piccolissime dimensioni (10/15 ettari contro la media toscana di 50/70 ettari).

La maggior parte delle imprese si occupa della produzione e della commercializzazione dei prodotti agro-vinicoli a cui viene associata in alcuni casi l'attività agrituristica.

Dopo un periodo di crisi causata dall'errata convinzione che il futuro dell'Elba consistesse nell'attività estrattiva, l'attività agricola, soprattutto per quanto riguarda il settore vinicolo, si è risollezata, stimolata dall'avvento del turismo di massa.

La coltivazione della vite si può quindi anch'essa considerare come un indotto del turismo e, proprio per rispondere alla grande richiesta di vini che si registra nel periodo estivo, qualche anno fa è nato un Consorzio di tutela dei vini dell'Elba che raccoglie circa il 70% dell'uva Doc prodotta e vinificata sul territorio.

Il principale problema delle risorse umane del settore è rappresentato dall'elevata età dei lavoratori, a causa principalmente del fatto che la maggior parte della popolazione attiva è assorbita dal turismo e che i giovani, in particolare, non dimostrano interesse per le attività del comparto e quindi non sono disponibili ad investire tempo ed energie per crearsi delle professionalità.

Molte professionalità specifiche quindi, dal potatore degli ulivi, all'addetto agli innesti di alberi da frutto e viti, stanno scomparendo e spesso le aziende agricole devono rivolgersi al mercato del lavoro regionale o nazionale per reperire manodopera specializzata.

Recentemente si sta assistendo a qualche timido tentativo di giovani imprenditori di rilevare l'impresa familiare, magari affiancando al reddito agricolo quello dell'agriturismo.

Il settore comunque ha bisogno di nuove energie finalizzate sia alla creazione di professionalità specifiche sul territorio che verranno assorbite dalle imprese, sia al supporto alla creazione di nuove attività che infine all'assistenza ed all'aggiornamento delle imprese già esistenti.

Pur non rivestendo infatti per il territorio la stessa importanza di quello turistico, non bisogna dimenticare che il settore dell'agricoltura offre la possibilità di valorizzare le risorse ed i prodotti tipici di un territorio, che, anche su questo, ha costruito la propria vocazione turistica.

8.2. IL SETTORE ARTIGIANO

Premettendo la predominanza sul territorio delle piccole e piccolissime imprese, costituite per la maggior parte dei casi da aziende individuali o familiari, la ricerca di professionalità si scontra da un lato con l'ingente costo del personale e dall'altro con i timori diffusi nella maggior parte dei piccoli imprenditori di creare potenziali concorrenti ogni qual volta si assume e si forma un nuovo artigiano.

Se da un lato infatti la manodopera spesso viene reperita con le forme dell'apprendistato, che costituisce un incentivo alle assunzioni dati gli ingenti sgravi contributivi ma anche un notevole impegno dell'imprenditore per affiancare e seguire il ragazzo di bottega, dall'altro l'assunzione di nuova manodopera rappresenta il rischio di creare i presupposti per la creazione di nuova concorrenza pericolosa.

Ne consegue che, per la maggior parte dei casi il piccolo artigiano preferisce investire nella formazione del proprio successore, per esempio il figlio, ed infatti sono abbastanza diffusi i casi

di rapporti di apprendistato familiari.

Le figure più ricercate sono quelle dei servizi alle persone ed alle imprese, dall'idraulico all'elettricista, dall'impiantista al falegname. Anche partendo da conoscenze di base, per esempio da qualificati e diplomati dell'Istituto Professionale per l'Industria e l'Artigianato, è sempre necessario un periodo di affiancamento in azienda e quindi forse sarebbe opportuno diffondere e promuovere la pratica di tirocini formativi e di orientamento propedeutici ad una eventuale assunzione.

Diversa e particolare è invece la situazione del settore edile, dove la richiesta di manodopera si scontra con la realtà, diffusa su tutto il territorio provinciale, di rapporti di lavoro non formalizzati. Le figure più richieste sono quelle specializzate, quindi il muratore ed il manovale edile con competenze o patentini specifici.

8.3. LA CANTIERISTICA

Date le caratteristiche del territorio la cantieristica merita un approfondimento particolare.

Le attività della cantieristica sono svolte sul territorio elbano principalmente da due grandi realtà imprenditoriali, il Cantiere Navale Golfo di Mola Sas di Capoliveri e l'ESAOM-CESA SpA di Portoferraio.

Entrambe le società si occupano prevalentemente di rimessaggio, assistenza, riparazione e trasformazione di imbarcazioni.

Nell'ultimo periodo, anche in seguito al crescente interesse da parte del turismo nautico, sul territorio si è assistito ad un potenziamento dei cantieri di Portoferraio, iniziato con l'acquisizione, avvenuta negli ultimi anni, di altre due strutture cantieristiche sull'Elba: Edilnautica e Il Cantierino.

Oltre all'incremento dei servizi di assistenza e di refitting per grandi imbarcazioni da diporto, il Gruppo Esaom ha infatti in progetto la costruzione di un approdo turistico in grado di aumentare sensibilmente il numero dei posti barca all'Isola d'Elba.

Non è da sottovalutare inoltre che l'ESAOM GROUP di Portoferraio è uno dei pochi cantieri nautici a prevalente vocazione diportistica che abbia conseguito la certificazione di qualità a norma ISO 9002 e tra i pochissimi che hanno ottenuto la certificazione di qualità specificamente per le imbarcazioni di classe Coppa America.

La volontà da parte della società di trasformare l'Elba da piccolo a grande porto, risorsa per tutta l'Isola e per tutto il Tirreno, presenta degli indubbi vantaggi ma pone sicuramente anche la questione della formazione di alte professionalità specifiche del settore nautico, che al momento vengono reperite altrove.

Le professionalità al momento esistenti sul territorio sono nettamente insufficienti, e lo saranno ancora di più nel futuro; si tratta sia di artigiani del legno specializzati nel fasciame e nell'allestimento ed arredamento di alloggi di coperta, carpentieri in legno e ferro, saldatori, verniciatori di esterni, motoristi e addetti agli impianti elettrici, elettronici e d'insonorizzazione.

Ci si riferisce sempre comunque a figure che non sarebbero assorbite direttamente dalle imprese, ma di professionalità esterne di cui le società potrebbero avvalersi dando in appalto commesse ingenti. Si tratta quindi da un lato di creare e specializzare delle professionalità e dall'altro di costruire una cultura di impresa che vada al di là della logica territoriale e magari risponda alle esigenze del settore con forme di associazionismo di impresa, che però vanno supportate da un grande sforzo delle associazioni di categoria.

E' infatti fuori dubbio che i cantieri debbano affidarsi a strutture complesse, trovando già all'interno dei propri subfornitori tutte le professionalità necessarie a svolgere lavori ad ampio raggio, e non possano invece assegnare lavori parziali a micro-imprese, che rappresentano invece la realtà del territorio.

9. L'INCONTRO FRA DOMANDA E OFFERTA: LA FORMAZIONE PERMANENTE

L'Arcipelago Toscano appare per tanti aspetti come un territorio "a parte" rispetto non solo ad analoghi contesti nazionali, ma anche regionali, caratterizzato da uno scarso ricorso a forme di lavoro atipiche per quanto riguarda le professioni caratteristiche del settore turistico e con un ricorso maggiore nel caso delle professionalità legate ai servizi di contorno, come l'accoglienza, e dalla quasi assenza di agenzie di lavoro interinale (ne esiste solo una – Obiettivo lavoro – con un mercato molto limitato).

Esistono ancora nella cultura imprenditoriale locale una serie di contraddizioni nella concezione della formazione in base alle quali da un lato si segnala e si riconosce la necessità di promuovere attività formative che trasmettano conoscenze teoriche, e dall'altro, si identifica poi la formazione essenzialmente con l'addestramento professionale e l'affiancamento in azienda.

Occorre senz'altro considerare che spesso questa concezione scaturisce dal fatto che **le figure professionali di cui si lamenta maggiormente la necessità sono quelle di basso e bassissimo profilo**, come il lavapiatti, sulle quali non si può certo intervenire con la formazione professionale esterna, ma è altrettanto vero comunque che per le figure altamente specializzate dal punto di vista tecnico, come lo chef, il commis di sala o l'addetto al ricevimento, spesso si lamenta una carenza di conoscenza dei meccanismi dell'impresa, più che dei saperi e delle competenze teoriche legate alla professionalità specifica, e quindi anche per queste figure professionali si conferma la necessità di un training in azienda.

Il sistema scolastico, d'altro lato, nonostante gli sforzi compiuti nell'ultimo quinquennio per adeguarsi alle richieste del mercato del lavoro, non è ancora riuscito a produrre un numero sufficiente di nuove figure professionali e in ogni caso esse faticano ad essere immediatamente spendibili sul mercato del lavoro, anche se oggi maggiormente adeguate per poter seguire ulteriori processi formativi di specializzazione.

L'occupabilità, affermata come obiettivo a cui tendere sia a livello europeo che nazionale, si coniuga con il concetto di competenza, con il quale si intende non solo l'insieme delle conoscenze teoriche, cioè i saperi, ma una serie di risorse che il soggetto mette in atto e che portano come risultato al raggiungimento delle performance.

Se infatti consideriamo la rapida obsolescenza delle conoscenze tecniche dei vari profili professionali, emerge la necessità di una formazione che accompagni l'individuo nel corso di tutta la vita, come presupposto indispensabile per il suo permanere sul mercato del lavoro in modo competitivo, ed appare come logica conseguenza che la formazione debba strutturarsi come un processo di continua implementazione delle competenze del singolo.

Solo così strutturata la formazione riuscirà a rispondere nello stesso modo ai bisogni del soggetto e a quelli del sistema delle attività produttive.

La richiesta e, nello stesso tempo, la critica maggiore mossa da parte dell'imprenditoria locale è sicuramente quella di non riuscire, per le resistenze delle istituzioni, a creare una rete comunicativa efficace, e ad incidere in modo significativo sulle politiche decisionali e quindi sugli interventi formativi.

E' compito delle istituzioni infatti creare, mantenere e consolidare un canale continuo con le necessità ed i fabbisogni delle imprese in modo da creare un filo rosso con la realtà produttiva, che permetta non solo di proporre nuovi interventi formativi, ma anche di rimodulare e ricalibrare di volta in volta percorsi standard e ripetibili nel tempo.

Altro nodo della questione è quello di inserire attivamente le imprese nel processo formativo, costruendo percorsi integrati flessibili che prevedano moduli operativi tenuti da addetti del settore e che realizzino un'alternanza effettiva e continua tra la formazione teorica in aula e momenti operativi ed empirici in azienda.

A questo proposito il Servizio per l'impiego, come sistema integrato, non solo finalizzato al collocamento ma anche e soprattutto all'attivazione delle politiche attive del lavoro, dovrebbe delinearli come struttura di coordinamento e integrazione delle politiche formative dei territori di appartenenza.

Il Centro per l'Impiego dovrebbe funzionare come una sorta di sportello unico per l'impiego, dove le richieste di professionalità di cittadini ed imprese vengono poi rielaborate in modo da rispondere in modi e tempi adeguati e compatibili con le esigenze delle organizzazioni produttive e delle risorse umane offrendo opportune offerte formative e professionali.

Proprio in questa ottica, l'incontro tra il nostro Istituto, inteso come Agenzia Formativa impegnata nella formazione permanente, e il Centro per l'Impiego di Portoferraio, ha prodotto, dall'analisi dei fabbisogni formativi locali, la seguente proposta per la creazione di Corsi volti alla preparazione/adequamento delle seguenti figure professionali (le cui caratteristiche meglio si sposano con gli obiettivi istituzionali degli indirizzi presenti all'interno del nostro Istituto Tecnico):

Qualifica	Caratteristiche
<p>Addetto contabilità di Agenzia</p> <p>Responsabile contabilità</p>	<p>Raccoglie ed elabora tutta la documentazione fiscale per lo svolgimento e la gestione dell'attività. Gestisce i registri ufficiali a cui è tenuta la struttura. Predisporre quanto necessario per le attività del commercialista e quanto necessario per il controllo di gestione.</p> <p>Raccoglie ed elabora tutta la documentazione fiscale per lo svolgimento e la gestione amministrativa dell'attività. Gestisce i registri ufficiali a cui è tenuta la struttura. Predisporre quanto necessario per la presentazione delle dichiarazioni fiscali d'obbligo e quanto necessario per il controllo di gestione. Si occupa dell'erogazione e del controllo e della gestione del personale, ivi compresi gli stipendi dei dipendenti e i contributi connessi.</p> <p>Il responsabile di contabilità deve inoltre possedere buoni requisiti di conoscenza informatica in relazione ai software gestionali e contabili nonché quelli per l'automazione d'ufficio.</p>
<p>Operatore di Agenzia turistica</p>	<p>L'Operatore di agenzia è colui che si occupa dell'attività di front office e della vendita di tutte le componenti di un viaggio: prenotazione di un biglietto, vendita del pacchetto e così via.</p> <p>Nelle agenzie medio-piccole il principale compito dell'Operatore o Banconista consiste nel fornire informazioni, offrire consulenza e assistenza nella scelta e nell'acquisto dei prodotti. Egli deve essere pertanto in grado di costruire un itinerario personalizzato, fornendo non solo il supporto tecnico, ma anche tutte le notizie che risultino utili ad indirizzare correttamente il cliente.</p> <p>Inoltre l'Operatore d'agenzia ha il compito di svolgere anche operazioni di back office, come la compilazione e l'emissione del voucher, ossia di quel documento con valore monetario che permette al cliente di esigere la prestazione dei servizi specificati. All'interno dei tour operator, l'Operatore incaricato della vendita dei prodotti confezionati alle agenzie dettaglianti, viene normalmente chiamato Addetto al booking.</p> <p>Le conoscenze richieste a questa figura professionale sono soprattutto di tipo tecnico.</p> <p>L'Operatore di agenzia deve:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conoscere tutti i principali programmi e pacchetti di viaggio per ogni destinazione turistica; • Saper analizzare comparativamente il rapporto qualità-prezzo delle diverse offerte; • Possedere un'approfondita conoscenza di tutte le procedure relative ai possibili problemi, connessi al servizio prenotazioni e all'organizzazione di un viaggio; • Avere una buona cultura turistica e geografica di base e; • Conoscere le tecniche di costruzione tariffaria, laddove si svolga anche l'attività di biglietteria. • Possedere buone competenze nell'uso dell'informatica gestionale e dell'office automation. <p>L'uso del computer e dei software specifici è ritenuto indispensabile, così come la conoscenza di almeno due lingue straniere, il tutto supportato da una buona cultura generale.</p> <p>L'Operatore d'agenzia, detto anche Banconista, costituisce, nella maggior parte dei casi, il primo gradino della carriera all'interno delle agenzie turistiche: con una preparazione adeguata e una buona esperienza professionale di qualche anno si può aspirare infatti ad un posto di Programmatore turistico o di Direttore tecnico d'agenzia, dopo aver superato il relativo esame di abilitazione.</p>

Tourist promoter in Telemarketing

L'Operatore d'agenzia di viaggi e turismo **svolge il suo lavoro presso il banco dell'agenzia**, utilizzando soprattutto il computer. Contemporaneamente, ha uno stretto contatto innanzitutto con i clienti, ma anche con gli addetti alle linee aeree, con altre agenzie turistiche, con le compagnie di trasporti e così via. L'orario quindi non sempre coincide con l'apertura al pubblico, in quanto una parte dell'attività viene usualmente svolta ad uffici chiusi.

Il **Tourist Promoter** in Telemarketing svolge, per conto dell'agenzia produttrice (tour operator, Alberghi e catene alberghiere, operatori interessati nei settori della Ristorazione, produttori enogastronomici e artigiani, Enti Pubblici, Parchi ecc.), una costante attività di promozione e teleselling dei prodotti e servizi offerti. Opera nelle aree affidategli dall'azienda committente per ottenere nuovi sbocchi commerciali o segmenti di clientela.

La sua attività principale consiste nel contattare i potenziali acquirenti (privati, agenzie, altre aziende, associazioni), per illustrare e proporre pacchetti di viaggio, prodotti di consumo e servizi, le tariffe, i nuovi prodotti e le eventuali favorevoli condizioni commerciali delle aziende che rappresenta, come sconti, campagne promozionali e così via. Egli **deve infatti stimolare il più possibile l'acquisto dei prodotti, turistici e non**. Il Promoter svolge anche un'importante funzione informativa nei confronti della direzione generale dell'azienda per cui lavora. Nel suo contatto continuo con la potenziale clientela verifica le modalità di presentazione più efficaci, comunicandole poi ai responsabili del settore marketing.

Competenze

Per svolgere questa professione è indispensabile avere una buona padronanza di almeno una lingua straniera, un'ottima conoscenza della psicologia di vendita e delle tecniche necessarie per questo particolare tipo di vendita al telefono, una spiccata capacità auto organizzativa. Sono indispensabili buone capacità di utilizzo della informatica generale, dell'office automation, dell'uso della chat e della posta elettronica. Le competenze richieste sono l'intraprendenza e lo spirito d'iniziativa.

Programmatore Turistico

Il **Programmatore turistico** è colui che, per conto di agenzie e tour operator, svolge il lavoro di ideazione, pianificazione, realizzazione e collaudo di nuovi prodotti turistici, ossia di pacchetti di viaggio in Italia e all'estero.

Il Programmatore turistico deve essere in primo luogo in grado di:

- Conoscere l'andamento del mercato e della concorrenza, per la costruzione di un viaggio;
- Definire i costi di investimento per l'impresa;
- Ricercare le soluzioni tecniche più opportune per la costruzione del prodotto.

Inoltre il Programmatore turistico deve cercare di interpretare le esigenze dei clienti per definire il luogo, l'itinerario e la durata del viaggio. Una volta effettuata la scelta dell'area geografica dove investire, il Programmatore ha il delicato compito di relazionarsi con il corrispondente del luogo, ossia con colui che fornisce tutte le informazioni necessarie, su cui basare la costruzione del viaggio.

Dopo aver calcolato tutti i costi, viene prodotto il pacchetto definitivo. Ultimati gli eventuali controlli, il Programmatore turistico predispone il relativo materiale pubblicitario e informa tutti i Promoter, ossia coloro che vendono alle agenzie il prodotto finale, in merito ai nuovi pacchetti realizzati.

Competenze

Per svolgere questa professione è indispensabile avere una buona padronanza di almeno due lingue straniere, un'ottima conoscenza della geografia turistica ed una spiccata capacità organizzativa. Sono indispensabili buone capacità di utilizzo della informatica generale, dell'office automation e delle tecniche di rappresentazione ipertestuale. Le competenze richieste sono l'intraprendenza e lo spirito d'iniziativa. Il Programmatore turistico deve anche saper valutare tutti gli aspetti economici di un viaggio e saper calcolare le tariffe ed i costi delle singole componenti del viaggio stesso, come i trasporti, gli alberghi e così via.

È richiesta quindi una conoscenza dell'amministrazione, della contabilità e della gestione delle imprese turistiche. Il Programmatore deve inoltre conoscere molto bene, oltre all'andamento del mercato e alle offerte della concorrenza, i programmi informatici, il marketing turistico, le tecniche pubblicitarie e la psicologia del turismo.

Percorso formativo

Per accedere a questa professione è necessario un diploma di scuola media superiore, ad esempio il diploma di Perito turistico, rilasciato dagli istituti tecnici per il turismo o il diploma di Tecnico dei servizi turistici, rilasciato dagli istituti professionali. L'obiettivo di questi istituti è l'inserimento nel settore della produzione, della commercializzazione e della realizzazione di servizi turistici.

	L'alto livello culturale richiesto a questa figura ne facilita l'inserimento a coloro che, dopo il diploma, hanno ottenuto una laurea in turismo o in economia o in sociologia.
<p>Accompagnatore turistico</p> <p>(Tour Manager)</p> <p>Guida Turistica</p> <p>(daily tour leader – tour leader)</p> <p>Guida Ambientale</p>	<p>E' accompagnatore turistico chi, per professione, accompagna persone singole o gruppi di persone nei viaggi attraverso il territorio nazionale o all'estero e fornisce elementi significativi e notizie di interesse turistico sulle zone di transito, al di fuori dell'ambito di competenza delle guide turistiche. L'accompagnatore turistico è in grado di accogliere i turisti all'inizio del viaggio e fornire loro assistenza per tutta la durata del viaggio stesso, di espletare le necessarie incombenze amministrative, di risolvere piccoli problemi che possono sorgere durante il viaggio o il soggiorno. Fornisce notizie di carattere descrittivo, informazioni utili ai turisti sulle zone comprese nell'itinerario del viaggio e sa conversare in lingua. Ha inoltre una buona capacità di gestione dei gruppi che accompagna.</p> <p>Nell'ambito di questa professione esistono delle vere e proprie specializzazioni:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Accompagnatore in 'outgoing', definito all'estero Tour manager, che ha la responsabilità di condurre persone o gruppi fuori dai confini nazionali; • Accompagnatore in 'incoming', definito all'estero Tour leader, in quanto deve per qualche ora, giorno o settimana, all'interno del nostro Paese, diventare "Capo gruppo" di comitive di turisti, sia italiani che stranieri; • Accompagnatore in daily tour, che si dedica alle escursioni giornaliere: i suoi compiti sono gli stessi di chi opera in incoming, anche se, in specifico sul turismo crocieristico, può sviluppare una maggiore, particolare, preparazione sui brevi percorsi enogastronomici (slow food) e storico culturali; <p>Per svolgere professionalmente il suo lavoro, l'accompagnatore turistico deve avere un'ottima conoscenza di almeno due lingue straniere, una buona cultura generale, una spiccata capacità organizzativa e passione per viaggiare.</p> <p>Altra dote indispensabile è la diplomazia: l'accompagnatore ha infatti il compito di mediare sempre e con tutti. Per questo, egli deve conoscere le principali norme in vigore nel paese oggetto della visita. Sarà sua cura inoltre disporre, anche se in maniera non specialistica, di competenze storico-artistiche e geografiche, relative ai luoghi da visitare.</p> <p>È guida ambientale chi, per professione, accompagna persone singole o gruppi assicurando la necessaria assistenza tecnica, nella visita di ambienti naturali, anche antropizzati, di musei eco-ambientali, allo scopo di illustrarne gli elementi, le caratteristiche, i rapporti ecologici, il legame con la storia e le tradizioni culturali, le attrattive paesaggistiche, e di fornire, inoltre, elementi di educazione ambientale. Sono esclusi quei percorsi che richiedono comunque l'uso di attrezzature e di tecniche alpinistiche.</p>
<p>Esperto di progettazione di sistemi di energie rinnovabili</p>	<p>L'esperto di progettazione di sistemi di energie rinnovabili gestisce e coordina la progettazione di diversi sistemi di energia rinnovabile (eolico, solare, di biomasse), intervenendo sulla distribuzione delle energie in un determinato territorio e sulla loro composizione/combinazione. In particolare si occupa di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Stimare l'impiego delle diverse tecnologie (solare,eolico,biomasse) determinando le possibilità di utilizzo delle medesime nei diversi contesti (zone rurali, urbane) e in relazione alle diverse caratteristiche (densità e verticalità dei centri urbani, problemi di carattere estetico-urbano; caratteristiche delle diverse categorie delle biomasse; aspetti di inquinamento e pericolosità; condizioni di ventosità; vincoli paesaggistici, militari, ambientali, idrogeologici, naturalistici, urbanistici, costieri). • Definisce una progettazione di massima (individuazione di una linea di frazionamento della potenza in un numero limitato di località e siti) • Verifica le condizioni quanti-qualitative definite dal manager esperto nella programmazione • Consulta esperti e professionisti (architetti, esperti naturalisti, architetti del paesaggio, architetti urbani e l'esperto di valutazione dell'impatto ambientale regionale e di valutazione ambientale strategica). <p>Percorso formativo</p> <p>Per perseguire tale professione è consigliato ottenere una laurea di 2° livello (3+2) in Ingegneria, preferibilmente meccanica che si integra con un master in Fonti rinnovabili. Completa il bagaglio formativo di questo esperto la conoscenza approfondita di almeno una lingua straniera, indispensabile per i suoi frequenti contatti con esperienze e colleghi esteri.</p>

Naturalmente le figure professionali attualmente carenti sul territorio elbano sarebbero molte di più di quelle

presenti in questo breve elenco, basta pensare ai settori altri rispetto all'ambito turistico e a tutte le specializzazioni degli ambiti ristorativi e ricettivi.

La nostra attenzione si è però focalizzata su quelle figure di maggiore attinenza con i nostri percorsi di studio curriculari, auspicando, tra le altre cose, che gli eventuali **processi formativi che dovessero delinarsi in futuro diventino**, opportunamente rivisti e aggiornati, **parte integrante della offerta formativa del nostro Istituto, nella sua veste di Agenzia Formativa.**

La Commissione Agenzia Formativa

Il Dirigente Scolastico
Prof.ssa Grazia Ceccherini

Portoferraio, 9 ottobre 2009