



Turismo. Boom di presenze nei "ponti", ma manca il personale

Maurizio Carucci Nei prossimi cinque anni il settore offrirà circa 300mila posti, ma quasi un quarto di questi (74mila posizioni) resterà scoperto. Con i ponti di primavera il turismo si è rimesso in moto. Un banco di prova in vista dell'estate e dei prossimi grandi eventi: Giubileo (2025) e Olimpiadi invernali di Milano-Cortina (2026). Con la solita difficoltà delle aziende a trovare personale qualificato. Nei prossimi cinque anni l'industria turistica offrirà circa 300mila posti di lavoro, ma quasi un quarto di questi (74mila posizioni) resterà scoperto. La stima è del rapporto Excelsior Unioncamere, che ha fatto luce su quello che è un vero e proprio paradosso. L'offerta di impiego nel comparto sta infatti crescendo più che in altri settori economici, ma il fabbisogno non riesce a essere soddisfatto.

In 17 milioni si sono spostati in lungo e in largo per l'Italia tra il pomeriggio del 24 aprile e domenica 5 maggio. Un'indagine condotta da Cna Turismo e Commercio sui propri iscritti ha rilevato che i turisti che hanno pernottato in strutture alberghiere ed extra-alberghiere ammontano a otto milioni, di cui 2,5 milioni stranieri. Nel complesso i pernottamenti sono arrivati a 22 milioni circa. Il giro d'affari dei due ponti di primavera, che si saldano in uno solo e grande, viene calcolato in otto miliardi di euro. Merito anche di un parziale recupero delle condizioni meteorologiche, che avevano fatto temere il peggio proprio in quei giorni fatidici. Le coste, i laghi, i fiumi costituiscono le mete prevalenti degli italiani, città e borghi d'arte degli stranieri. Come seconda opzione le scelte si invertono. Prodotti dell'artigianato tipico in città e borghi d'arte, abbigliamento nelle località marine, specialità enogastronomiche in campagna e in montagna faranno rispettivamente la parte del leone nello shopping. Non manca una crescente propensione al turismo esperienziale, quello dove ci si "sporca le mani" in occupazioni lontane dal quotidiano, in particolare artigianali e agricole, per andare alla riscoperta di una manualità e di una concezione della vita apparentemente "fuori moda".

Secondo Federalberghi, il 90,2% dei circa 5mila intervistati per un'indagine affidata a Tecnè, ha affermato che ha preferito restare in Italia. Le mete privilegiate sono il mare (39,7%), le località d'arte (25,6%) e la montagna (13,7%). L'alloggio preferito è l'albergo (39,9%); segue la casa di parenti e amici con un 26,1%, le case di proprietà (18,9%) e i bed & breakfast (9,8%). Ed è molto soddisfatta anche Confindustria Alberghi, che ha rilevato un'occupazione media delle strutture che supera il 70% proprio grazie a una significativa crescita della clientela italiana che va ad aggiungersi a quella straniera. La vacanza ha avuto una durata media di 4,3 giorni per una spesa di 422 euro. Il turismo si conferma quindi un volano eccezionale per l'economia del territorio creando un giro di affari di due miliardi di euro.

Le previsioni per l'estate

L'estate è alle porte e per la nostra industria del turismo le premesse sembrano essere più che rosee. Secondo i dati diffusi da Demoskopika, sono previsti 65,8 milioni di arrivi e oltre 266 milioni di presenze, con una crescita rispettivamente pari al 2,1% e all'1,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, segnato da 64,4 milioni di arrivi e poco più di 263 milioni di pernottamenti. A fronte di questi dati il presidente di Demoskopika Raffaele Rio afferma che «sarebbe proficuo alimentare la quali-quantità dei flussi turistici con una programmazione proattiva che potrebbe consolidare il sorpasso anche rispetto al periodo pre-pandemico». A optare per una destinazione italiana sarebbero 35,5 milioni di stranieri pari a poco più della metà (54%) del dato complessivo degli arrivi previsti, generando ben 135,5 milioni di pernottamenti. Questo scenario proattivo

potrebbe, addirittura, se ben veicolato, produrre un effetto “rialzista” sulle stime, aspettandosi oltre 70 milioni di arrivi e 278,3 milioni di presenze con una variazione in crescita, rispetto allo stesso periodo del 2023, pari, rispettivamente, all'8,8% e al 5,8%.

Se Italia sale sul podio delle più virtuose in Europa per un minore tasso di inflazione turistica dietro soltanto a Germania e Francia, al nostro Paese viene assegnata la maglia nera, però, per il “caro prezzi” dei servizi di trasporto, con in testa quello aereo, che cancella i benefici di una maggiore spesa turistica.

Se si prende come riferimento il dato di febbraio 2024, l'indice armonizzato dei prezzi al consumo, sviluppato per assicurare una misura dell'inflazione comparabile a livello europeo, fa registrare incrementi su base annua per l'Italia del tasso di inflazione turistica tra i più bassi del Vecchio Continente ovvero 3,9%. L'acquisizione di questo dato fa sì che l'Italia si collochi, come già visto, al terzo posto tra le destinazioni “più virtuose”, preceduta soltanto da Francia (3,7%) e Germania (2,9%). A fronte di questa direzione intrapresa risultano inevitabili le ripercussioni anche sulla spesa turistica che supererebbe la soglia dei 43 miliardi di euro con una crescita stimata pari al 4% rispetto ai mesi estivi del 2023. Tale effetto positivo, però, quasi interamente viene meno per colpa dell'inflazione turistica. Per i mesi estivi del 2024 si stima, infatti, che la dinamica dei prezzi nel turismo registri una variazione tendenziale in aumento pari al 3,5% rispetto all'anno precedente. A pesare prioritariamente sono alcune voci rispetto ad altre del paniere turistico con in testa, per inflazione tendenziale a marzo del 2024 rispetto allo stesso mese dello scorso anno: il trasporto aereo (15,5%); i pacchetti vacanza nazionali (8,2%); gli alberghi (6,7%).

La carenza di personale

Dinnanzi ai due grandi appuntamenti del Giubileo e delle Olimpiadi invernali di Milano-Cortina, che porteranno molti turisti a Roma e in Italia, «dobbiamo guardare con attenzione e senso di responsabilità perché in entrambi i casi c'è il rischio di overbooking con una capacità ricettiva insufficiente a far fronte al numero di turisti attesi». Ad affermarlo è Andrea Prete, presidente di Unioncamere. «A questo fattore va aggiunta una difficoltà ancora più rilevante che è la carenza di addetti, un addetto su due non si trova e infatti - ha spiegato - su quasi un milione e 146mila entrate di personale programmate nel 2023, il 47,7% era difficile da reperire, nel 31,7% dei casi per mancanza di candidati e mancano anche le competenze». Quindi per il presidente di Unioncamere «bisogna aprire le porte agli stranieri che arrivano in maniera regolare, non sui barconi e guardare a Paesi dove ci sono anche molti italiani che potrebbero tornare come dal Sud America». Inoltre, rispetto alla digitalizzazione nel campo turistico per le imprese «le Camere di commercio possono avere un ruolo per creare un canale digitale per presentarsi sui mercati, visto che le imprese soffrono per i costi delle piattaforme internazionali».

Alla base del problema della carenza di personale - sottolineano da Unioncamere - non ci sarebbe solo l'ormai noto tema dell'attrattività del comparto, ma anche un altro fenomeno, che abbraccia trasversalmente vari ambienti economici, e che gli analisti del mercato del lavoro chiamano mismatch, termine generalmente usato in economia per definire un disallineamento, un divario tra domanda e offerta. Il gap, in questo caso, è relativo principalmente alle competenze: dalle più classiche che si possono apprendere negli istituti di istruzione specializzati alle “nuove” relative al green e al digitale. E fa sì che ci sia una distanza via via sempre più ampia tra quello che cercano le aziende dell'industria dei viaggi e dell'accoglienza e quello che i candidati hanno da offrire. Il risultato è che il lavoro c'è - e nel 2022 la domanda è aumentata del 15,4% a fronte di un aumento generale del 12,2% negli altri ambiti economici - ma non ci sono i lavoratori o meglio le figure adatte a ricoprire i ruoli vacanti. Se infatti nel 2019 era difficile reperire il 24% dei profili che venivano ricercati, nel 2022 questa difficoltà ha interessato oltre il

40% dei profili ricercati , con problemi nella programmazione dei servizi del comparto turistico.

Contrariamente a quanto si possa pensare, il divario non riguarda solo le figure di alto profilo, ma anche quelle cosiddette "meno skillate" . Si rileva il fenomeno nelle figure qualificate, come i manager , nel cui caso il gap è salito di 50 punti percentuali, nonostante un aumento della domanda. Questo vuol dire che tali lavoratori sono andati a lavorare in altri settori . La difficoltà nel reperimento delle risorse si riscontra anche per i tecnici del marketing (+43,6 punti percentuali), i cuochi d'albergo (+28,4%), i camerieri (+27,2%), nonché per il personale non qualificato addetto alla ristorazione (+13,3%) e per il personale non qualificato addetto ai servizi pulizia (+37,8%). Per alcune di queste figure a pesare sul reperimento delle risorse c'è anche un problema legato al declino demografico , che non riesce a garantire il ricambio generazionale.

Le ricadute per le aziende sono assai pesanti. I processi di recruiting si fanno sempre più costosi e lunghi , con ripercussioni su costi e operatività. La ricerca impegna ora più di tre mesi per alcuni profili, in alcuni casi addirittura i tempi si allungano e vanno a raggiungere l'anno, con conseguenze pesanti sull'erogazione dei servizi e sui bilanci delle imprese. Così i recruiter si trovano spesso a prendere i candidati e a formarli in azienda, con costi notevoli, oppure cercano di attingere dall'area territoriale in cui si trovano e intervengono anche sulla leva retributiva proponendo stipendi più alti.

Per questo è necessario richiamare imprese, istituzioni e ambienti scolastici a una riflessione a 360 gradi su come dare valore alle

professioni turistiche. Occorre promuovere un'alleanza istituzionale per il rilancio dell'istruzione tecnica professionale. Il percorso quindi deve partire dagli anni della scuola, che deve formare quelle competenze strategiche sempre più richieste dal mercato del lavoro, attraverso Pcto-Percorsi per le competenze trasversali e l'orientamento di qualità, favorire l'occupabilità e la transizione scuola-lavoro. Un altro passaggio fondamentale è l'attivazione di iter di "certificazione delle competenze" a beneficio degli studenti, che possono dare maggiore valore al proprio percorso formativo, e delle imprese, che possono avere così l'opportunità di reperire profili in linea con i propri fabbisogni.

Banconisti e baristi introvabili

Secondo la ricerca dell' Osservatorio Evolution Forum Business School sulle pmi - condotta su oltre 1.200 micro e piccoli imprenditori con un fatturato fino a un milione di euro e meno di cinque dipendenti - per questi ponti del 2024 sono state ricercate dalle aziende soprattutto figure ultra specializzate per tutti quei negozi che vorrebbero restare aperti anche nei giorni di festa: addetti alla pescheria (41%), addetti alla macelleria (40%); addetti alla gastronomia (38%); salumeria (34%), baristi (50%), panettieri (28%), pasticceri (26%), banconisti del fresco (22%), scaffalisti (19%), addetti impianti confezionamento (14%) . Una carenza di personale che oggi mette seriamente a rischio la sopravvivenza di un esercizio su tre. Non a caso, secondo i dati di una ricerca Confcommercio , in Italia negli ultimi 12 mesi hanno chiuso 111mila negozi di commercio al dettaglio e attività ambulanti, 8mila dei quali soltanto nel 2023. Tra i settori più colpiti quello alimentare con il -12% di negozi aperti nell'ultimo anno. E una delle cause principali sarebbe proprio la mancanza di personale. Nelle grandi città i negozi legati al turismo di lusso sono invece alla spasmodica ricerca di: personal assistant (66%), ovvero commessi di altissimo profilo per negozi di lusso dei brand più famosi, con conoscenza delle lingue straniere come inglese, cinese, francese ma anche russo (nonostante l'embargo).

In questo contesto, praticamente tutti gli albergatori sono alla disperata ricerca di personale di hotellerie: dal chef de rang ricercato dal 33% degli hotel (si tratta di persone che abbiano maturato esperienze all'estero, con conoscenza della lingua inglese) ai

sous chef (secondo il 29% dei ristoratori), dai camerieri (47%) ai guardarobieri (40%), dal lavapiatti (22%) al concierge/portiere (21%). Infine, nella galassia di tutti i servizi di logistica collegati al settore turistico, le pmi italiane del settore sono stremate perché cronicamente sotto organico, specie nei giorni festivi. Queste pmi cercano spasmodicamente: mulettisti (cioè in possesso di regolare patentino) per il 61%; addetti al customer care per l'assistenza ai clienti in generale (55%) con conoscenza però delle lingue straniere.

Le iniziative di Adecco

Problem solving, intelligenza emotiva, etica e professionalità. Queste sono alcune delle competenze essenziali per lavorare nell'hospitality, un settore altamente competitivo e in straordinaria evoluzione, in cui la costruzione di una carriera di successo richiede un mix di visione, pensiero critico e condivisione delle conoscenze. È un percorso che Phyd di Adecco intraprenderà con Ehl Hospitality Business School, la prima scuola alberghiera al mondo, fondata nel 1893 come Ecole Hôtelière de Lausanne e classificata nel 2023, per il quinto anno consecutivo, come la migliore scuola alberghiera a livello globale. Questa Phyd Experience condurrà i partecipanti in un tour delle opportunità professionali e delle soft skill più richieste nel settore.

Inoltre Adecco e Confesercenti hanno siglato un accordo di collaborazione volto a valorizzare l'occupabilità delle persone e coltivare le competenze e i talenti necessari allo sviluppo delle aziende, con particolare riguardo alle piccole e medie imprese turistiche. Una difficoltà di reperimento stimata tra i 55mila e 60mila posti per mancanza di lavoratori qualificati nei servizi turistici e nelle attività di alloggio e ristorazione. Un problema che colpisce soprattutto le aziende della ricettività e della ristorazione; ma difficoltà di reperimento di solito sono segnalate anche da tour operator, agenzie di viaggio, aziende di servizi turistici, di trasporti, come anche nautica, parchi naturali e di divertimento, Centri termali e benessere.

Nel dettaglio, la collaborazione tra Adecco e Confesercenti ha l'obiettivo di integrare azioni e strumenti esistenti allo scopo di valorizzare l'occupabilità delle persone per favorire lo sviluppo delle aziende italiane, di porre al centro le competenze per la costruzione di relazioni di valore all'interno del mercato del lavoro, di analizzare la domanda per la definizione dei fabbisogni di competenze su cui costruire i processi di ricerca, selezione e formazione, oltre che di alimentare un approccio metodologico improntato all'alternanza, intesa come contaminazione di contesti di formazione-lavoro, fondamentali per agevolare lo sviluppo

delle competenze e il coinvolgimento delle imprese nella realizzazione dei processi di formazione al lavoro.

La collaborazione si concretizzerà in progetti specifici, come la creazione, all'interno dell'area riservata "MyConfesercenti", di una

pagina dedicata alla convenzione e, nel medio-lungo periodo, la realizzazione di una piattaforma dedicata alla gestione dei curricula al fine di creare un database che possa prontamente rispondere alle esigenze del mercato. Infine, verranno attivate ulteriori iniziative per la comunicazione e l'attrazione dei talenti, come l'organizzazione di webinar, eventi in live-streaming e momenti di formazione con le scuole.

© Riproduzione riservata

ISCRIVITI ALLE NEWSLETTER DI AVVENIRE



Ponte 1° Maggio: banconisti e baristi introvabili, un esercizio su tre rischia la chiusura

Secondo la ricerca dell'Osservatorio "Evolution Forum Business School sulle PMI" per questi Ponti del 2024 sono ricercate dalle aziende soprattutto figure ultra specializzate "Le prenotazioni per il Ponte del 1° Maggio vanno verso livelli pre-pandemia, ma gli italiani di qualsiasi età in cerca di lavoro non sembrano disposti ad accettare contratti da stagionali, perché non danno più valore al posto fisso, bensì all'imparare, al fare esperienze nuove, ad aprirsi e viaggiare. Ecco perché in vista del Ponte del 1° maggio oggi molti imprenditori sono "tornati ai fornelli", ma il pericolo nemmeno tanto remoto è che di questo passo un esercizio su tre sarà costretto a chiudere ". È quanto emerge dalla ricerca dell'Osservatorio "Evolution Forum Business School sulle PMI", ideato dal formatore Gianluca Spadoni su un panel di oltre 1200 micro e piccoli imprenditori (cioè con fatturato sino ad 1 milione di euro, e meno di 5 dipendenti) e realizzato a ridosso dei Ponti, le prime vere vacanze per le famiglie italiane nel 2024.

Secondo la ricerca dell'Osservatorio "Evolution Forum Business School sulle PMI" per questi Ponti del 2024 sono ricercate dalle aziende soprattutto figure ultra specializzate per tutti quei negozi che vorrebbero restare aperti anche nei giorni di festa: addetti alla pescheria (41%), addetti alla macelleria (40%); addetti alla gastronomia (38%); salumeria (34%), baristi (50%), panettieri (28%), pasticceri (26%), banconisti del fresco (22%), scaffalisti (19%), addetti impianti confezionamento (14%). Una carenza di personale che oggi mette seriamente a rischio la sopravvivenza di un esercizio su tre.

Non a caso, secondo i dati di una ricerca Confcommercio, in Italia negli ultimi 12 mesi hanno chiuso 111.000 negozi di commercio al dettaglio e attività ambulanti, 8.000 dei quali soltanto nel 2023. Tra i settori più colpiti quello alimentare con il -12% di negozi aperti nell'ultimo anno. E una delle cause principali sarebbe proprio la mancanza di personale.

Nelle grandi città poi, nel periodo del Ponte del 1° maggio vorrebbero restare aperti anche tutti i negozi legati al turismo di lusso, che sono alla spasmodica ricerca di: personal assistant (66%), ovvero commessi di altissimo profilo per negozi di lusso dei brand più famosi, con conoscenza delle lingue straniere come inglese, cinese, francese ma anche russo (nonostante l'embargo).

Nelle località turistiche specie di mare, quello del 1° maggio sarà una delle prime "prove generali" delle vacanze estive. In questo contesto, praticamente tutti gli albergatori sono alla disperata ricerca di personale di hotellerie: dal chef de rang ricercato dal 33% degli hotel (si tratta di persone che abbiano maturato esperienze all'estero, con conoscenza della lingua inglese) ai sous chef (secondo il 29% dei ristoratori), dai camerieri (47%) ai guardarobieri (40%), dal lavapiatti (22%) al concierge/portiere (21%).

Infine, secondo l'Osservatorio "Evolution Forum Business School sulle PMI" nella galassia di tutti i servizi di Logistica collegati al settore turistico durante il periodo dei Ponti 2024, le PMI italiane del settore sono stremate perché cronicamente sotto organico, specie nei giorni festivi. Queste PMI cercano spasmodicamente: Mulettisti (cioè in possesso di regolare patentino) per il 61% delle PMI; addetti al customer care per l'assistenza ai clienti in generale (55%) con conoscenza però delle lingue straniere.

"Le aziende hanno capito che va cambiata la loro offerta nel mondo del lavoro. La partita non si gioca più su 100 o 200EUR in più al mese in busta paga. Bisogna cercare di cambiare l'offerta partendo dal presupposto di costruire un'azienda in cui le persone

vogliono stare; non solo per il guadagno, ma anche per aumentare le proprie competenze, trovando un ambiente lavorativo in cui si viene considerati e stimati e in cui l'imprenditore non è più il capo e basta come negli anni '80. Per il Ponte del 1° maggio esattamente come per quello del 25 aprile scorso, è assai probabile che ritroveremo perciò molti dei nostri imprenditori che, in assenza di stagionali, indosseranno il grembiule e ritorneranno ai fornelli in prima persona, oppure potrebbero essere costretti purtroppo

a chiudere”.

È il commento caustico del formatore Gianluca Spadoni alla ricerca dell'Osservatorio “Evolution Forum Business School sulle PMI”, su un panel di oltre 1200 micro e piccoli imprenditori (cioè con fatturato sino ad 1 milione di euro, e meno di 5 dipendenti) e realizzato a ridosso dei Ponti di pasqua, del 25 aprile e del 1° maggio, le prime vere vacanze per le famiglie italiane nel 2024.



Ponte 1° maggio: banconisti e baristi introvabili, un esercizio su tre rischia la chiusura

Le prenotazioni per il Ponte del 1° Maggio vanno verso livelli pre-pandemia, ma gli italiani di qualsiasi età in cerca di lavoro non sembrano disposti ad accettare contratti da stagionali, perché non danno più valore al posto fisso, bensì all'imparare, al fare esperienze nuove, ad aprirsi e viaggiare. Ecco perché in vista del Ponte del 1° maggio oggi molti imprenditori sono "tornati ai fornelli", ma il pericolo nemmeno tanto remoto è che di questo passo un esercizio su tre sarà costretto a chiudere « »

È quanto emerge dalla ricerca dell'Osservatorio "Evolution Forum Business School sulle PMI", ideato dal formatore Gianluca Spadoni su un panel di oltre 1200 micro e piccoli imprenditori (cioè con fatturato sino ad 1 milione di euro, e meno di 5 dipendenti) e realizzato a ridosso dei Ponti, le prime vere vacanze per le famiglie italiane nel 2024.

Secondo la ricerca dell'Osservatorio "Evolution Forum Business School sulle PMI" per questi Ponti del 2024 sono ricercate dalle aziende soprattutto figure ultra specializzate per tutti quei negozi che vorrebbero restare aperti anche nei giorni di festa: addetti alla pescheria (41%), addetti alla macelleria (40%); addetti alla gastronomia (38%); salumeria (34%), baristi (50%), panettieri (28%), pasticceri (26%), banconisti del fresco (22%), scaffalisti (19%), addetti impianti confezionamento (14%). Una carenza di personale che oggi mette seriamente a rischio la sopravvivenza di un esercizio su tre. Non a caso, secondo i dati di una ricerca Confcommercio, in Italia negli ultimi 12 mesi hanno chiuso 111.000 negozi di commercio al dettaglio e attività ambulanti, 8.000 dei quali soltanto nel 2023. Tra i settori più colpiti quello alimentare con il -12% di negozi aperti nell'ultimo anno. E una delle cause principali sarebbe proprio la mancanza di personale.

Nelle grandi città poi, nel periodo del Ponte del 1° maggio vorrebbero restare aperti anche tutti i negozi legati al turismo di lusso, che sono alla spasmodica ricerca di: personal assistant (66%), ovvero commessi di altissimo profilo per negozi di lusso dei brand più famosi, con conoscenza delle lingue straniere come inglese, cinese, francese ma anche russo (nonostante l'embargo).

Nelle località turistiche specie di mare, quello del 1° maggio sarà una delle prime "prove generali" delle vacanze estive. In questo contesto, praticamente tutti gli albergatori sono alla disperata ricerca di personale di hotellerie: dal chef de rang ricercato dal 33% degli hotel (si tratta di persone che abbiano maturato esperienze all'estero, con conoscenza della lingua inglese) ai sous chef (secondo il 29% dei ristoratori), dai camerieri (47%) ai guardarobieri (40%), dal lavapiatti (22%) al concierge/portiere (21%).

Infine, secondo l'Osservatorio "Evolution Forum Business School sulle PMI" nella galassia di tutti i servizi di Logistica collegati al settore turistico durante il periodo dei Ponti 2024, le PMI italiane del settore sono stremate perché cronicamente sotto organico, specie nei giorni festivi. Queste PMI cercano spasmodicamente: Mulettisti (cioè in possesso di regolare patentino) per il 61% delle PMI; addetti al customer care per l'assistenza ai clienti in generale (55%) con conoscenza però delle lingue straniere.

« Le aziende hanno capito che va cambiata la loro offerta nel mondo del lavoro. La partita non si gioca più su 100 o 200EUR in più al mese in busta paga. Bisogna cercare di cambiare l'offerta partendo dal presupposto di costruire un'azienda in cui le persone vogliono stare; non solo per il guadagno, ma anche per aumentare le proprie competenze, trovando un ambiente lavorativo in cui si viene considerati e stimati e in cui

l'imprenditore non è più il capo e basta come negli anni '80. Per il Ponte del 1° maggio esattamente come per quello del 25 aprile scorso, è assai probabile che ritroveremo perciò molti dei nostri imprenditori che, in assenza di stagionali, indosseranno il grembiule e ritorneranno ai fornelli in prima persona, oppure potrebbero essere costretti purtroppo a chiudere »

È il commento caustico del formatore Gianluca Spadoni alla ricerca dell'Osservatorio "Evolution Forum Business School sulle PMI", su un panel di oltre 1200 micro e piccoli imprenditori (cioè con fatturato sino ad 1 milione di euro, e meno di 5 dipendenti) e realizzato a ridosso dei Ponti di pasqua, del 25 aprile e del 1° maggio, le prime vere vacanze per le famiglie italiane nel 2024.



Banconisti e baristi introvabili: un esercizio su tre in crisi

Milano – “Le prenotazioni per il Ponte del 1° Maggio vanno verso livelli pre-pandemia, ma gli italiani di qualsiasi età in cerca di lavoro non sembrano disposti ad accettare contratti da stagionali, perché non danno più valore al posto fisso, bensì all'imparare, al fare esperienze nuove, ad aprirsi e viaggiare. Ecco perché in vista del Ponte del 1° maggio oggi molti imprenditori sono “tornati ai fornelli”, ma il pericolo nemmeno tanto remoto è che di questo passo un esercizio su tre sarà costretto a chiudere”. È quanto emerge dalla ricerca dell'Osservatorio “Evolution Forum Business School sulle PMI”, ideato dal formatore Gianluca Spadoni su un panel di oltre 1200 micro e piccoli imprenditori (cioè con fatturato sino ad 1 milione di euro, e meno di 5 dipendenti) e realizzato a ridosso dei Ponti, le prime vere vacanze per le famiglie italiane nel 2024. Secondo la ricerca dell'Osservatorio “Evolution Forum Business School sulle PMI” per questi Ponti del 2024 sono ricercate dalle aziende soprattutto figure ultra specializzate per tutti quei negozi che vorrebbero restare aperti anche nei giorni di festa: addetti alla pescheria (41%), addetti alla macelleria (40%); addetti alla gastronomia (38%); salumeria (34%), baristi (50%), panettieri (28%), pasticceri (26%), banconisti del fresco (22%), scaffalisti (19%), addetti impianti confezionamento (14%). Una carenza di personale che oggi mette seriamente a rischio la sopravvivenza di un esercizio su tre. Non a caso, secondo i dati di una ricerca Confcommercio, in Italia negli ultimi 12 mesi hanno chiuso 111.000 negozi di commercio al dettaglio e attività ambulanti, 8.000 dei quali soltanto nel 2023. Tra i settori più colpiti quello alimentare con il -12% di negozi aperti nell'ultimo anno. E una delle cause principali sarebbe proprio la mancanza di personale. Nelle grandi città poi, nel periodo del Ponte del 1° maggio vorrebbero restare aperti anche tutti i negozi legati al turismo di lusso, che sono alla spasmodica ricerca di: personal assistant (66%), ovvero commessi di altissimo profilo per negozi di lusso dei brand più famosi, con conoscenza delle lingue straniere come inglese, cinese, francese ma anche russo (nonostante l'embargo). Nelle località turistiche specie di mare, quello del 1° maggio sarà una delle prime “prove generali” delle vacanze estive. In questo contesto, praticamente tutti gli albergatori sono alla disperata ricerca di personale di hotellerie: dal chef de rang ricercato dal 33% degli hotel (si tratta di persone che abbiano maturato esperienze all'estero, con conoscenza della lingua inglese) ai sous chef (secondo il 29% dei ristoratori), dai camerieri (47%) ai guardarobieri (40%), dal lavapiatti (22%) al concierge/portiere (21%). Infine, secondo l'Osservatorio “Evolution Forum Business School sulle PMI” nella galassia di tutti i servizi di Logistica collegati al settore turistico durante il periodo dei Ponti 2024, le PMI italiane del settore sono stremate perché cronicamente sotto organico, specie nei giorni festivi. Queste PMI cercano spasmodicamente: Mulettisti (cioè in possesso di regolare patentino) per il 61% delle PMI; addetti al customer care per l'assistenza ai clienti in generale (55%) con conoscenza però delle lingue straniere. “Le aziende hanno capito che va cambiata la loro offerta nel mondo del lavoro. La partita non si gioca più su 100 o 200EUR in più al mese in busta paga. Bisogna cercare di cambiare l'offerta partendo dal presupposto di costruire un'azienda in cui le persone vogliono stare; non solo per il guadagno, ma anche per aumentare le proprie competenze, trovando un ambiente lavorativo in cui si viene considerati e stimati e in cui l'imprenditore non è più il capo e basta come negli anni '80. Per il Ponte del 1° maggio esattamente come per quello del 25 aprile scorso, è assai probabile che ritroveremo perciò molti dei nostri imprenditori che, in assenza di stagionali, indosseranno il grembiule e ritorneranno ai fornelli in prima persona, oppure potrebbero essere costretti purtroppo a chiudere”. È il commento caustico del formatore Gianluca Spadoni alla ricerca dell'Osservatorio “Evolution Forum Business School sulle

PMI", su un panel di oltre 1200 micro e piccoli imprenditori (cioè con fatturato sino ad 1 milione di euro, e meno di 5 dipendenti) e realizzato a ridosso dei Ponti di pasqua, del 25 aprile e del 1° maggio, le prime vere vacanze per le famiglie italiane nel 2024.



Università: scelto progetto che rappresenterà San Marino a Popri



Concorso internazionale per idee imprenditoriali

BOLOGNA, 22 aprile 2024, 19:01

Redazione ANSA

In collaborazione con Università degli Studi della Repubblica di San Marino

Selezionato fra 13 business plan il progetto che rappresenterà San Marino alla Popri-International Youth Business Model Competition, concorso internazionale per idee imprenditoriali in programma il 15 e 16 maggio a Sebenico, in Croazia, organizzato nella cornice della strategia macro regionale dell'Unione Europea 'Eusair'. Si tratta di 'Cap', un sistema elaborato con l'obiettivo di riprodurre in immagini il pensiero umano attraverso un chip impiantato nel cranio e un dispositivo di lettura neurale, rivolto a chi ha problemi fisici o di salute ma non solo.

A realizzarlo sono quattro studenti del corso di laurea in Design dell'Università degli Studi della Repubblica di San Marino: Cristina Bacchini, Linda Ciandrini, Riccardo Malavasi e Alessandro Pederzani. Il progetto, presentato nell'ambito di un concorso organizzato dall'Ateneo e riservato agli iscritti in collaborazione con San Marino Innovation e il partner Evolution Forum, è stato selezionato da una giuria che ha impegnato i rappresentanti delle tre realtà insieme al Dipartimento Affari Esteri.

Decretati, oltre al vincitore, il secondo e terzo classificato, legati ai corsi di laurea in Ingegneria Gestionale e Design: 'Student Space' e "Seaclean". Nel dettaglio 'Student Space' prevede la realizzazione di una struttura ispirata ai campus statunitensi per offrire ai fuori sede dell'Ateneo di Bologna una soluzione flessibile con alloggi disponibili anche per poche settimane e nei quali trovare mense, aree di svago e lavanderie mentre al centro del progetto 'Seaclean', c'è un sistema per estrarre la plastica dagli oceani e riciclarla intervenendo alle foci dei fiumi più inquinati del pianeta.

"Con questa iniziativa - sottolinea dall'Ateneo sammarinese la docente Karen Venturini - offriamo all'ecosistema dell'innovazione sammarinese nuova linfa vitale per generare future startup o nuovi ambiti di ricerca". In concorso anche rappresentanti di Albania, Bosnia Erzegovina, Croazia, Grecia, Italia, Montenegro, Macedonia del Nord, Serbia e Slovenia.

In collaborazione con Università degli Studi della Repubblica di San Marino



La ripresa passa anche dall'intelligenza artificiale

Il 28% degli albergatori italiani intende introdurre strumenti basati sull'ia entro il 2024. Resta la difficoltà a trovare personale qualificato

Turisti al Colosseo - Ansa

Le percezioni e prospettive raccolte dai professionisti del settore turistico contenute nel sondaggio *Tourism Confidence Index* di **Unwto**, mostrano come il 67% degli operatori prevede per il 2024 risultati in miglioramento rispetto allo scorso anno. Questo riaccendersi della domanda turistica, favorirà una piena ripresa entro la fine dell'anno, sostenendo la traballante economia mondiale con entrate per 1,4 trilioni di dollari. In tale ottica, ci si aspetta che i turisti cerchino sempre più il buon rapporto qualità-prezzo durante i propri soggiorni.

L'Italia risulta anche favorita. Giubileo 2025 e Olimpiadi Milano-Cortina 2026 sono due attrattori turistici di dimensioni globali. Secondo le stime

Isnat-Istituto nazionale ricerche turistiche, per entrambi gli eventi emerge un rischio *overbooking*: per il Giubileo sono previsti 35 milioni di arrivi turistici che genereranno 105 milioni di presenze, con un raddoppio atteso dei flussi per una spesa turistica di 16,7 miliardi di euro. Per le Olimpiadi Milano-Cortina, sono previsti 513mila arrivi, +34% rispetto allo stesso periodo del 2023, per 1,8 milioni di presenze e una spesa turistica di 281 milioni di euro.

I dati del turismo nel 2023 – con 852 milioni di presenze – «mostrano che l'Italia è

riuscita a salire sul secondo gradino del podio, siamo la meta europea più ambita, è un risultato importante. Nel 2022 l'Italia era in quarta posizione. Questo ci fa capire come il mondo ci vede. Con Giubileo e Olimpiadi abbiamo la possibilità anche di destagionalizzare i flussi ed estenderli a tutta la nazione». Ad affermarlo è la ministra del Turismo **Daniela Santanchè**.

L'uso dell'intelligenza artificiale

Inoltre, l'ultimo *Barometro Europeo* rivela come **il 28% degli albergatori italiani abbia intenzione di introdurre strumenti basati sull'intelligenza artificiale entro il 2024**, allineandosi al 5% che li sta già utilizzando, prevalentemente nella forma di chatbot e algoritmi di prezzi dinamici. Quest'ultimo dato potrebbe equivalere a quintuplicare l'utilizzo dell'ia nel settore ricettivo italiano in un periodo di tempo molto breve, ponendo le basi per un profondo divario tecnologico e competitivo rispetto a quanti non prevedono, per ora, di sfruttare le opportunità dell'intelligenza artificiale. Ecco perché gli imprenditori alberghieri sono chiamati, in prima persona, a riscrivere le regole di un settore che è cambiato, sta cambiando e continuerà a cambiare. Per rispondere a questa esigenza, riuscire ad avere il pieno controllo di gestione e fare la differenza per le sorti della propria struttura ricettiva, che **Smartpricing ha dato vita a Smartpricing Free**. La piattaforma gratuita che consente agli albergatori di avere il pieno controllo della propria attività strategica e che fornisce in tempo reale una una strategia "pronta all'uso": dal posizionamento sul mercato, all'andamento dei prezzi di vendita, fino al risparmio di costi e tempi di gestione, tutto in un unico strumento. Grazie a Smartpricing Free gli albergatori possono generare delle strategie di prezzo e monitorare in tempo reale i propri competitor con pochi click. Così facendo possono aumentare il proprio fatturato e catturare l'interesse di potenziali viaggiatori con un prezzo in linea con il mercato.

«Gestire una struttura ricettiva oggi è una sfida: il settore è in continuo mutamento e la concorrenza si fa ogni giorno più serrata. Avere il pieno controllo delle proprie strategie di prezzo può fare la differenza. Smartpricing Free nasce dall'esigenza di offrire agli imprenditori alberghieri ed extralberghieri uno strumento gratuito che mostra, in pochi secondi, il loro posizionamento sul mercato e le proprie potenzialità. Il vantaggio di questo strumento è che permette di migliorare in modo significativo la gestione dei prezzi e ottenere la massima redditività in diverse situazioni di mercato, grazie ad una strategia pronta all'uso, che l'albergatore può esportare ed utilizzare in completa autonomia», spiega **Luca Rodella**, co-fondatore di Smartpricing.

Per utilizzare questo strumento, non è necessaria nessuna integrazione o collegamento con il gestionale della struttura. Sarà sufficiente creare un account gratuito per avere accesso alle tre sezioni della piattaforma. In automatico, sarà possibile visualizzare i competitor più rilevanti e tenere sotto controllo i trend e le fluttuazioni di mercato della propria località e scaricare la propria strategia di prezzo. Confrontando posizionamento, efficacia delle tariffe, ottenendo un'analisi dettagliata delle recensioni online, rilevando eventuali errori strategici e fornendo consigli pratici per correggerli. Ogni albergatore potrà vedere immediatamente i benefici: da come si posiziona la sua struttura sul mercato, visualizzando in automatico l'analisi e la creazione di strategie di prezzo, risparmiando tempo prezioso che potrà dedicare a migliorare l'efficienza operativa e il servizio al cliente. Più la tecnologia si aggiunge in un hotel, più umana diventa l'esperienza di gestione, in quanto si libera il personale da tutti quei compiti ripetitivi, lunghi e noiosi, posizionando la struttura dove può fare la differenza.

Smartpricing a oggi, ha gestito più di due milioni di prenotazioni per le 3mila strutture e albergatori che si sono affidati alla sua tecnologia. Aiutandoli a scoprire il valore della propria struttura e supportandoli nell'aumentare il numero di prenotazioni e il tasso di occupazione delle loro camere. Il risultato è che grazie all'utilizzo di un pricing flessibile,

le strutture sono riuscite a incrementare i loro guadagni mediamente del 30%.

Dopo aver chiuso un round da 13 milioni di euro, il 2024 vedrà per Smartpricing il potenziamento dell'algoritmo e della sua piattaforma, e l'impegno nell'aumentare il bacino di utenza in tutto il mondo, oltre 17 i Paesi in cui è presente.

Personale difficile da reperire

Tuttavia resta la difficoltà a trovare personale nel comparto turistico. Con il Forum dei responsabili delle Risorse Umane a **FareTurismo** ci si è confrontati su come si è sviluppato nel nostro millennio il mercato del lavoro nel turismo, sulla difficoltà nel reperire manodopera qualificata, sulle opportunità che possono offrire i lavoratori extraeuropei e di usufruire del nuovo decreto sui flussi migratori, sulla considerazione negativa causata da salari non remunerativi, sulla riduzione del cuneo fiscale e sulle politiche di detassazione e/o decontribuzione sulle maggiorazioni per il lavoro festivo e notturno e sull'allungamento dei contratti stagionali, sulla digitalizzazione dei processi e dei servizi nel nuovo mercato del lavoro. Infatti, **il lavoro nel turismo è per il 70% irregolare, per il 60% a tempo parziale, per il 55% a chiamata, per il 40% precario e per il 20% stagionale**; le retribuzioni sono notevolmente inferiori rispetto alla media degli altri settori economici e produttivi: l'80% dei lavoratori è inquadrato ai livelli più bassi dei contratti nazionali di lavoro di settore. Inoltre, la formazione scolastica di Istituti alberghieri e Tecnici necessita di competenze e di motivazioni di alto profilo; invece, i laureati sono sovra qualificati, cioè hanno un livello di istruzione che il mercato del lavoro di fatto non valorizza. Infine, su 19 Ccnl scaduti da anni, la metà riguarda il turismo e il suo indotto, aspetto alquanto delicato per le politiche di lavoro e circostanza che non dà credibilità al settore oltre che fiducia in quanti desiderano investire il proprio futuro professionale. Insomma siamo in pieno paradosso. Il sistema nazionale del lavoro di un Paese, che vuole davvero competere soprattutto nel turismo, deve mettere al centro il lavoro stesso come mezzo di sostentamento, ma soprattutto come fonte di gratificazione personale.

Il problema è che gli italiani di qualsiasi età in cerca di lavoro non sembrano disposti ad accettare contratti da stagionali, perché non danno più valore al posto fisso, bensì all'imparare, al fare esperienze nuove, ad aprirsi e viaggiare. Ecco perché molti imprenditori sono "tornati ai fornelli", ma il pericolo nemmeno tanto remoto è che di questo passo un esercizio su tre sarà costretto a chiudere. È quanto emerge dalla ricerca dell'**Osservatorio Evolution Forum Business School** sulle pmi, ideato dal formatore **Gianluca Spadoni** su un panel di oltre 1.200 micro e piccoli imprenditori (cioè con fatturato sino a un milione di euro e meno di cinque dipendenti). Secondo la ricerca sono ricercate dalle aziende soprattutto figure ultra specializzate, come per esempio: addetti alla pescheria (41%), addetti alla macelleria (40%); addetti alla gastronomia (38%); salumeria (34%), baristi (50%), panettieri (28%), pasticceri (26%), banconisti del fresco (22%). Una carenza di personale che oggi mette seriamente a rischio la sopravvivenza di un esercizio su tre. Non a caso, secondo i dati di una ricerca **Confcommercio**, in Italia negli ultimi 12 mesi hanno chiuso 111mila negozi di commercio al dettaglio e attività ambulanti, 8mila dei quali soltanto nel 2023. Nelle grandi città i negozi legati al turismo di lusso sono alla ricerca di: personal assistant (66%), ovvero commessi di altissimo profilo per negozi di lusso dei brand più famosi, con conoscenza delle lingue straniere come inglese, cinese, francese ma anche russo (nonostante l'embargo).

«Un fattore di debolezza per le nostre imprese è però anche quello legato alla disponibilità di personale da collocare in azienda. **Su quasi un milione e 146mila entrate di personale programmate nel 2023, il 47,7% era difficile da reperire, nel 31,7% dei casi per mancanza di candidati.** Il turismo è uno di quei settori in cui la difficoltà a trovare candidati è diventata quasi di tipo

strutturale, considerando che la quota della difficoltà di reperimento nel 2019 era al 24,6%, inferiore quindi alla media 26,4%», conclude **Andrea Prete**, presidente di Unioncamere.



Manca il personale specializzato, a rischio un esercizio su tre

LAVORO Le prenotazioni per il Ponte di Pasqua sono state a livelli pre-pandemia, ma gli italiani di qualsiasi età in cerca di lavoro non sembrano disposti ad accettare contratti stagionali, perché non danno più valore al posto fisso, bensì all'imparare, al fare esperienze nuove, ad aprirsi e viaggiare. Ecco perché molti imprenditori sono "tornati ai fornelli", ma il pericolo nem-

meno tanto remoto è che di questo passo un esercizio su tre sarà costretto a chiudere. È quanto emerso dalla ricerca dell'osservatorio Evolution Forum Business School sulle pmi, ideato dal formatore Gianluca Spadoni su un panel di oltre 1200 micro e piccoli imprenditori (cioè con fatturato sino ad 1 milione di euro, e meno di 5 dipendenti) e realizzato in occasione della Pasqua,

la prima vera vacanza per le famiglie italiane nel 2024. Sono ricercate dalle aziende soprattutto figure ultra specializzate per tutti quei negozi che vorrebbero restare aperti anche sabato e domenica, come per esempio: pescheria (41%), macelleria (40%); gastronomia (38%); salumeria (34%), baristi (50%), panettieri (28%), pasticceri (26%), banconisti del fresco (22%). Una carenza

di personale che oggi mette seriamente a rischio la sopravvivenza di un esercizio su tre. Non a caso, secondo i dati di una ricerca Confcommercio, in Italia negli ultimi 12 mesi hanno chiuso 111.000 negozi di commercio al dettaglio e attività ambulanti, 8.000 dei quali soltanto nel 2023. E una delle cause principali sarebbe proprio la mancanza di personale.