

In data 8 luglio 2021 si tiene la riunione via Teams con le parti sociali del settore Turismo per discutere sullo stato attuale del settore e dell'adeguatezza del corso di Laurea ProGest al mercato, soprattutto alla luce della Pandemia.

Partecipano alla riunione:

- Antonio Bufo (Anantara Hotel)
- Edoardo dal Negro - CEO Blink Up
- Eliseo Giannocaro Head of Talent acquisition Borgo Egnazia
- Graziella Pica Direttore e Fondatore Power up Sales
- Margherita Cerruti Sales Manager & Owner Gastaldi Global DMC
- Cristina Padulosi Sales & Marketing Consultant Luxury Hospitality
- Riccardo Pizzuti Sales & Marketing Manager Convention Bureau Lazio Ex studente Progest
- Gastone Pantaleo CEO studio GMC e Senior Event Manager
- Riccardo Pizzuti (Turismo Congressuale, convention Bureau di Roma e Lazio)
- Matteo Stavole (Valutatore Business presso InvItalia)

Si apre la riunione con la presentazione del Corso di Laurea da parte del coordinatore e illustra gli obiettivi della riunione. Principalmente la modifica del regolamento didattico e per questo la consultazione con le parti sociali per capirne l'adeguatezza sia al contesto attuale sia di formazione rispetto a un mercato italiano in profondo cambiamento.

Viene aperta quindi la discussione che qui viene riportata in sintesi.

- Antonio Bufo. Effettivamente il mondo del turismo è uno di quelli pesantemente colpiti da questo capitolo della nostra storia. Le abitudini e le esigenze saranno diverse da prima, occorre essere vigili e pronti a cogliere i cambiamenti necessari. Questi cambiamenti coinvolgono anche la sfera del Revenue Management Alberghiero di cui si conosce ancora poco al di fuori di chi vive e lavora in hotel.

Spesso cerchiamo candidati per stage in tale materia, ma non sempre il neolaureato è a conoscenza della materia, a meno che non abbia fatto un Master specifico in Management Alberghiero oppure provenga da scuole specializzate in Hotellerie.

Per questo ritengo che una introduzione alla materia potrebbe far conoscere un aspetto sconosciuto o poco conosciuto del mondo del turismo, che non è solo relativo ad Alberghi ma anche ad Aerei, Navi, Treni e Food & Beverage.

Graziella Pica: Le macroaree presenti nel Corso sono premianti. Come muoversi in queste aree per dare delle competenze anche pratiche. Ci sono state evoluzioni importanti nel turismo, ma in questa evoluzione, gli attori sono cambiati rispetto al passato. Serve cioè una conoscenza specifica in questa industria, quella del turismo. Occorre capire il cambiamento dei clienti e dirigere questo cambiamento verso di noi. La pandemia ha portato a evidenziare altri aspetti: ci ha obbligati a essere creativi. Nell'industria del turismo occorre essere creativi, avere una forte apertura mentale. Devo fare star bene il turista, ma devo anche andare oltre. In questo cambiamento troviamo anche la sostenibilità, il cliente inizia ad avere una sensibilità forte a questo tema, fino anche a selezionare il prodotto su questo criterio. Io mi occupo di strutture alberghiere e cosa mi aspetto dalla persona che integra il mio staff: mi aspetto che abbia sensibilità. Mentalità creativa cioè andare aldilà della linea di guida che abbiamo tutti, capace di affrontare il problema che si presenta continuamente, un problema non visto negativamente ma come ostacolo verso la linea preparata. Serve empatia, trovare la soluzione e la trovi se conosci perfettamente l'organizzazione della tua struttura, organizzazione, gerarchie ecc. Di qualsiasi ambito si tratti. Poi c'è la necessità di trovare nuovi clienti e quindi capacità di lettura, leggere aldilà di comunicazioni che ricevi per capirne le possibilità, le prospettive.

Margherita Cerruti: vengo dall'architettura e quindi io affronto tutto come un progetto. Quando assumo qualcuno, recluto, l'importante che abbia una conoscenza del pacchetto office. Altro tema è la

sostenibilità è un tema enorme che è presente al 100% nel turismo. Non solo fare qualcosa di sostenibile, occorre oggi avere dei progetti e dimostrarli al proprio cliente che siano sostenibili. I soggetti di questi progetti sono tantissimi.

Giuseppe Bettoni: mi permetto di ricordare anche l'aspetto sociale della sostenibilità che ci obbliga a riflettere sull'uso di tecniche di design nella progettazione turistica.

Margherita Cerruti: Spiegare bene e fino in fondo cos'è la sostenibilità. Oramai se non dimostro di essere un'azienda sostenibile, con progetti sostenibili, non posso neanche partecipare a certi bandi. Noi siamo una DMC quindi è importante capire il territorio che offriamo al cliente. Noi consideriamo le criticità quando dobbiamo realizzare un albergo. Consideriamo una serie di variabili che ci portano a propendere per uno o per l'altro. Ma alla fine la scelta finale è sempre del cliente, l'agenzia con cui lavoriamo, è determinata a utilizzare un dato albergo piuttosto che un altro è difficile far cambiare idee. L'Italia è un prodotto multiprodotto perché è vasto. Anche per i ragazzi che voi formati è difficile conoscere bene "l'Italia" e occorre conoscerla bene per capire quali prodotti potenzialmente offrire. Su questo conta molto come comunichiamo il nostro Paese.

Giuseppe Bettoni: c'è un problema con gli attori locali che pensano perché hanno certi prodotti che pensano che tutti i turisti verranno da loro. Esiste un prodotto di comunicazione. Ad ogni modo possiamo cominciare ad annotare che il pacchetto office, oltre a una migliore comunicazione e competenza in materia di sostenibilità. Abbiamo inserito nel CdL un corso specifico di Excel, per renderli veramente capaci di usarlo al 100%

Graziella Pica: vorrei aggiungere che anche un corso specifico in Power Point è importante. Essere capace di realizzare delle buone presentazioni, cosa difficilissima.

Eliseo Giannoccaro: L'università deve sensibilizzare su quali sono gli strumenti che sono necessari sul mercato del lavoro, ma non per questo devono essere formati al pacchetto Office all'Università (dovrebbero farlo al liceo). Stessa cosa per l'inglese che è conosciuta malissimo da persone che si immettono sul mercato del lavoro del turismo. Oggi non si può parlare di sostenibilità perché l'ospite vuole sapere cosa fai per le persone e per le tue persone (quindi anche i collaboratori). Occorre svecchiare il concetto del turismo. Indipendentemente dal segmento dobbiamo parlare sempre più di esperienza, un'esperienza unica, tramite la struttura che li ha accolti. Quel soggiorno deve essere esperienziale, collegato al territorio e in questo il ruolo della DMC è fondamentale, propori qualcosa di unico, facendoti vivere il territorio con gli occhi del locale. Dobbiamo diffondere questo agli studenti.

Ma anche come gestire le varie tipologie di cliente. Tutto quindi la clusterizzazione dei clienti e i rapporti. Spesso però gli studenti saper essere e saper fare: devono essere consapevoli della differenza. Imparare per questo, nel percorso universitario, a conoscere le proprie soft skill, quindi comunicazione, orientamento al team building, qualcosa che sensibilizzi gli studenti in tal senso, oltre alle competenze tecniche.

Matteo Stavole. Sono lieto di trovarvi bene dopo qualche anno da quando mi sono laureato e Vi ringrazio per il cortese invito. Vorrei procedere per punti.

1. La didattica.

È fondamentale creare più contaminazione tra imprese e università e tra università e tutti quei soggetti "incubatori" di start up necessari a sviluppare iniziative di spin off universitari fondamentali per stimolare la ricerca e lo sviluppo di nuovi prodotti turistici. Citando una sua frase, prof Bettoni, "il turismo non è altro che una ottima idea che faccia da attrattore e una eccellente gestione del territorio..." Ecco, solo in determinati contesti creativi è possibile avere delle ottime idee di nuovi prodotti turistici! Se non si creano questi spazi l'accademia si riduce alla mera divulgazione scientifica, molto importante, ma incompleta della parte di ricerca e sviluppo di nuove opportunità.

Per questo è necessario inserire maggiori insegnamenti di project management più rivolto all'aspetto della gestione di progetti ICT e di sviluppo informatico. Sarebbe interessante oggi avere delle conoscenze ICT con metodi PMI o SIX sigma nel campo turistico.

Sempre più sarà tema cogente la sostenibilità, la decarbonizzazione, quindi la pianificazione dei viaggi e dello sfruttamento delle risorse del territorio, la compensazione degli impatti con strumenti che solo le discipline geografiche ci possono dare.

2. Gli sbocchi professionali

Il problema principale di noi laureati in LM49. La nostra classe di laurea non viene inserita nei bandi di concorso delle Pubbliche amministrazioni. O si cambia la legge 270/2004 o il MIUR con il CUN e CNSU devono prendere di petto la situazione. Non è possibile che le strutture che fanno riferimento ai Beni Culturali (musei, per esempio) non contemplino in organico delle figure di gestione e valorizzazione che possano fungere da raccordo con il territorio e che possano portare valore aggiunto con la pianificazione di nuovi mercati di sbocco e approvvigionamento di nuove finanze oltre alle classiche figure presenti rivolte alla conservazione e alla divulgazione.

Credo sia il momento di spendersi, sulla scia delle recenti evoluzioni normative per i laureati in farmacia, per esempio, per una LM 49 come laurea abilitante al ruolo almeno di "accompagnatore turistico" se non di "Guida turistica"!

A me sembra inconcepibile la possibilità dei laureati LM 49 di poter insegnare discipline geografiche nelle scuole dell'obbligo solo integrando degli ulteriori crediti aggiuntivi nelle discipline di geografia. È ovvio e scontato che si debbano poter esaurire gli studi di tutti i crediti richiesti durante il normale iter del corso universitario, senza doverne fare di più! Magari anche contemplandoli nei crediti facoltativi a scelta dello studente, per chi già decidesse di intraprendere la strada della docenza da subito e non come ripiego. È una via che non deve richiedere degli sforzi ulteriori aggiuntivi.

Mi auguro che istituzioni come VisitLazio Regione Lazio, Comune di Roma, Camere di Commercio, Enit entrino sempre di più nella vita universitaria e gli studenti entrino in stage presso queste istituzioni. Eviteremmo, per esempio, di essere esclusi dalle selezioni in ENIT per la mancata conoscenza del nostro corso.

Edoardo Dal Negro. Per quanto riguarda il programma Digitale essendo un argomento molto ampio ho pensato fosse utile riepilogare alcuni capisaldi che reputo importanti per l'attività turistica attuale sia per il futuro partendo appunto dal concetto di relazione con il consumatore che vede quindi un approccio dinamico e non statico.

Digitalizzazione & performance

- Contesto di riferimento: comprendere i numeri dell'ecosistema digitale legato all'ospitalità (rafforzare la conoscenza degli studenti sull'ecosistema in cui operano)
- Definizione della strategia digitale per la struttura alberghiera e per la valorizzazione della destinazione (valorizzazione delle esperienze, pacchetti, raggiungimento di specifici target, local marketing etc.)
- introduzione alle principali leve web: Acquisizione e Organico (SEA, SEO, Affiliation, Retargeting, Display, E-mailing, ADV Social etc.)
- Intermediazione & OTA: come utilizzare la strategia delle OTAs ed i programmi di Boost di visibilità per una distribuzione bilanciata tra i diversi canali, l'impatto sugli economics (collegamento con il modulo di Business Plan)
- Definizione dei KPI per valutazione delle attività tattiche ed approcciare il Customer Lifetime value

Ci sono poi alcuni argomenti che stiamo sviluppando con l'associazione americana Hedna.org quali l'impatto delle normative cookieless sulla distribuzione digitale che possono essere ottima materia di discussione e di scambio con gli studenti.

Digitalizzazione come facilitatore

Rientrano in questo contesto le attività volte ad incrementare la fruizione del territorio quali la realtà aumentata (es. rivivere la storia di alcuni luoghi), immergersi nell'ambiente (destinazione o struttura), traduzioni da lingue complesse, sistemi di pagamento, piattaforme di prenotazione, analisi della soddisfazione etc.

Stiamo ultimando un progetto che introdurremo a Rimini il 16 luglio al Web Marketing Forum e che potrebbe essere un ottimo spunto per gli studenti in quanto riguarderà una fase molto importante di avvio dei lavori con strutture alberghiere legate alla prima fase ossia quella di Digital Audit propedeutica per la definizione delle corrette strategie.

La discussione diventa a questo punto scambio di idee e opportunità. La riunione viene chiusa con la promessa di ripetere l'esperienza dell'incontro ma questa volta con la presenza anche dei decisori politici locali.

Si lascia di seguito il Link alla riunione

PS: link video

<https://web.microsoftstream.com/video/06677fd9-7eb4-42e7-8b15-a81d6dc78fac>

Il coordinatore
Prof Giuseppe Bettoni

