

Business&Gentlemen marzo - maggio 2012

Turismo, una sfida da vincere insieme



Ha fatto del viaggio e del turismo non solo la sua passione ma prima di tutto il suo lavoro. Dall'Università ai libri passando per tavoli di lavoro di enti privati e pubblici, sono molteplici i campi di azione che vedono Roberta Garibaldi, tra le principali esperte di turismo in Lombardia, in primo piano. Il suo motto è "fare rete", in tutti i campi, dal turismo al sociale, ergo l'unico modo per essere vincenti in un periodo non facile come quello che l'Italia intera sta attraversando.

Roberta Garibaldi, docente, ricercatrice, autrice di decine di pubblicazioni e libri, consulente e donna impegnata nel sociale e soprattutto una delle principali esperte di turismo. Dal suo curriculum emerge che è una donna molto intraprendente. Come nasce la passione verso questo lavoro?

Nasce dalla passione per i viaggi. Ho sempre viaggiato molto e appena ho un attimo di tempo lo dedico a conoscere posti nuovi. Mi piace scoprire i bellissimi angoli del nostro Paese e le località più lontane e diverse come cultura, tradizioni e modelli di gestione, dal Cameroun al Mali, dalla Cambogia al Sud Africa. In ogni luogo è interessante capire e cogliere come vengono valorizzate al meglio le risorse, nel rispetto della cultura di riferimento.

Lei è delegata per la Lombardia della Sistor (Società Italiana di Scienze del Turismo). Per quanto riguarda la Lombardia quali sono i principali argomenti e le priorità che affronterà e che porterà all'attenzione nazionale?

La Sistor riunisce docenti universitari ed esperti del turismo con lo scopo di favorire l'approfondimento e la diffusione degli studi sulle tematiche di Scienze del Turismo sia sul piano nazionale che internazionale, stimolando la ricerca e la formazione. I delegati sono una novità recente e sono stati introdotti per leggere più da vicino gli sviluppi territoriali e per rinsaldare anche a livello regionale le relazioni tra mondo del lavoro e formazione.

Instaurare dei dialoghi più forti tra università e mondo professionale è fondamentale per lo sviluppo del settore; se l'Italia ha perso competitività nel turismo è anche perché le competenze profes-

sionali diffuse sono ancora troppo basse. Deve essere maggiore il confronto per crescere insieme. Questa sarà la mia priorità in questo primo anno di attività.

Come sta andando il turismo?

A livello mondiale il 2009 è stato un anno critico. Dal 2010 al 2011 invece si è registrato un incremento del 3-4 per cento e presto arriveremo a un miliardo di turisti nel mondo. Per quanto riguarda l'Europa, dopo il calo del 2008-2009, i dati sono saliti del 2,7 per cento nel 2011 tornando ai livelli precrisi. Questo andamento però non si riflette in Italia dove i dati restano negativi. I dati provvisori raccolti dall'Istat per l'Italia, confermano nei primi nove mesi del 2011 una riduzione delle presenze. Da gennaio a settembre 2011 il calo dei pernottamenti è stato dell'0,8 per cento rispetto allo stesso periodo del 2010. I flussi domestici sono calati del 4,4 per cento mentre le presenze dei visitatori stranieri sono aumentate del 3,9 per cento. Le presenze negli esercizi alberghieri sono scese dello 0,4 per cento e dell'1,5 per cento nella ricettività extralberghiera. In termini di arrivi l'Italia ha chiuso i primi tre trimestri 2011 guadagnando lo 0,04 per cento, per un totale di 82 milioni di arrivi.

Recentemente il Vicepresidente della Commissione europea e commissario per l'Industria e l'Imprenditoria, Antonio Tajani, ha dichiarato che "i viaggi e il turismo sono fattori economici trainanti per la ripresa in Europa". Dove bisogna puntare affinché il turismo possa diventare una vera occasione occupazionale e di sviluppo nel nostro Paese?

Il turismo oggi rappresenta il 10% del Pil. Con azioni adeguate di sinergia sul territorio si può pensare di arrivare tranquillamente al 15% ma per raggiungere un obiettivo così ambizioso è necessario costruire una visione comune, un nuovo modello di governance per promuovere l'Italia. Dovrebbe essere dato più potere al Ministero per arrivare a gestire tutta la promozione del nostro Paese all'estero. Non ha senso che singole delegazioni regionali o addirittura provinciali si muovano in autonomia; si tratta di azioni



Lady Economy

Roberta Garibaldi, docente ed esperta di turismo racconta la sua passione per il lavoro, per la cultura e per i viaggi. Il suo impegno per valorizzare le risorse del territorio e le speranze di vedere l'Italia tornare agli antichi splendori

testo di Laura Di Teodoro



ROBERTA GARIBALDI,
DOCENTE ED ESPERTA
DI TURISMO. SULLO
SFONDO UNA VEDUTA
DI BERGAMO ALTA

73

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

inefficaci e di uno spreco di denaro. La stessa Emma Marcegaglia all'inaugurazione della Bit di Milano ha sottolineato "che non sia tutto demandato alle Regioni e che i budget delle promozioni non vengano spezzettati".

Negli anni Settanta l'Italia era il primo Paese al mondo nel turismo. Purtroppo ha perso competitività arrivando ad essere il quinto Paese e, cosa ancora più grave, si sta allargando il gap tra noi e i primi competitor. Bisogna prendere in mano la situazione con forza, riorganizzando le attività e muovendosi in modo più efficace. Il turismo è una risorsa e l'Italia non può permettersi di stare ferma su un tema così importante.

Roberta Garibaldi

Roberta Garibaldi, nata a Bergamo è mamma e docente esperta di turismo. È ricercatore confermato in Economia e gestione delle imprese e professore aggregato di Marketing e Marketing turistico all'Università degli Studi di Bergamo. È segretario scientifico del CESTIT (Centro di Studi sul turismo e interpretazione del territorio) dell'Università degli Studi di Bergamo. A partire dal 2012 è delegata regionale per la Sistor (Società Italiana di Scienze del Turismo), associazione nata per favorire l'approfondimento e la diffusione degli studi sulle tematiche delle scienze del turismo, sia sul piano nazionale che sul piano internazionale. Ha inoltre maturato molteplici esperienze di consulenza e di formazione per enti, istituzioni e imprese, occupandosi direttamente di oltre 200 corsi. È autrice di numerosi saggi pubblicati in riviste italiane e straniere e di alcuni libri tra cui i più recenti: "Facebook in tourism" Franco Angeli (2011), "Professionisti del turismo tra tendenze e mutamenti" Franco Angeli (2008) ed "Economia e gestione delle imprese turistiche" Hoepli (2008). |



“Nel turismo non si può essere vincenti se ognuno segue la propria strada. Solo sviluppando sinergie è possibile riconquistare le posizioni perdute. Il turista legge l'offerta turistica come un unicum, un prodotto globale: non ha soddisfazione nel suo soggiorno se l'albergo è perfetto ma i servizi collaterali sono scarsi o non centrati sulle sue esigenze ma su altri target”

Quali passi in avanti sono chiamati a fare gli operatori del turismo da una parte e il sistema pubblico dall'altra?

Sarebbe necessario e fondamentale lavorare in rete. Nel turismo non si può essere vincenti se ognuno segue la propria strada. Solo sviluppando sinergie è possibile riconquistare le posizioni perdute. Il turista legge l'offerta turistica come un unicum, un prodotto globale: non ha soddisfazione nel suo soggiorno se l'albergo è perfetto ma i servizi collaterali sono scarsi o non centrati sulle sue esigenze ma su altri target.

Ricordiamoci della grande occasione Expo. Il Certet della Bocconi ha calcolato un impatto sul turismo italiano di 11 miliardi euro. Se l'occasione sarà ben sfruttata questi benefici non si perderanno, Torino insegna. Nella capitale piemontese i flussi turistici del 2010 sono stati uguali a quelli del 2006, anno delle Olimpiadi, dove si era registrato un aumento di oltre il 60% di arrivi e presenze. Se si organizza un buon prodotto e lo si promuove nel modo più opportuno i risultati e i benefici dureranno nel tempo. Bisogna però lavorare sodo fin da adesso.

Nel suo libro “Le professioni del turismo tra tendenze e mutamenti” diversi studiosi si erano confrontati per studiare il mercato del lavoro e le evoluzioni delle professioni turistiche, in bilico tra tradizione e innovazione. A distanza di quattro anni come è cambiato il mercato del lavoro in questo settore?

Il settore turistico esercita un grande impatto sull'economia nazionale, incidendo sull'occupazione diretta per il 7,05 per cento nel 2011, con l'occupazione indiretta arriviamo al 13 per cento. Il 2010 ha visto una flessione del 2,2 per cento rispetto all'anno precedente mentre i primi dati sul 2011 danno il fenomeno in controtendenza. Le proiezioni fino al 2010 indicano un trend in crescita con una progressiva qualificazione del settore, incremento degli occupati laureati e diplomati e cali dei titoli di studio modesti. Le università di turismo, fiorite in questi anni, hanno dato il loro contributo nel qualificare il settore. Molti degli occupati inseriti sono giovani sotto i 30 anni e l'80 per cento delle assunzioni riguarda professioni commerciali e servizi.



www.ecostampa.it

Lei è molto attenta soprattutto alle nuove tendenze tra cui i social network e proprio a questo argomento ha dedicato un libro "Facebook in tourism". Quanto conta oggi il Web 2.0 per il turismo? Quali gli strumenti da sfruttare?

È importantissimo. Oggi il mondo turistico deve utilizzare la rete. La ricerca di informazioni sul web è diventata la prassi quotidiana, il 35 per cento degli italiani acquista su internet, molti sono i siti che raccolgono i commenti e le recensioni di viaggio, da quelli dedicati come Trip Advisor, a quelli in cui si acquistano soggiorni

Lei è molto impegnata anche nel sociale; fino a giugno infatti ricopre l'incarico di Presidente del Lions Club Bergamo S.Alessandro. In questi due anni alla guida del Club quali sono i più importanti progetti che è riuscita a realizzare?

Siamo intervenuti a sostegno dei giovani con attività dedicate nelle scuole, con incontri sui temi della droga e del disagio giovanile. Quest'anno è stato avviato il Progetto Martina, service Lions nazionale del 2012. Verranno organizzati in diverse scuole dei corsi in cui presentare ai giovani quegli accorgimenti necessari

tivo potremmo investire almeno 5 milioni di euro in un unico progetto e fare veramente qualche cosa di importante per il nostro Paese. Fare rete è vincente nell'associazionismo e nel volontariato come nel turismo o nella cultura. Sul fronte del turismo invece il sogno è quello che l'Italia torni ad essere leader nel mondo.

Quali sono i progetti in cantiere per il futuro prossimo?

Vi è un nuovo libro sulle professioni turistiche in uscita tra poco, che affronta le evoluzioni nel settore accomodation e in-

"Nel turismo non si può essere vincenti se ognuno segue la propria strada. Solo sviluppando sinergie è possibile riconquistare le posizioni perdute. Il turista legge l'offerta turistica come un unicum, un prodotto globale: non ha soddisfazione nel suo soggiorno se l'albergo è perfetto ma i servizi collaterali sono scarsi o non centrati sulle sue esigenze ma su altri target"

o pacchetti di viaggio. Le aziende devono cogliere queste opportunità, imparando a gestire certi fenomeni e non a subirla. I siti internet devono essere di qualità, è necessario occuparsi dei social network e seguire le recensioni. Da una parte possono essere input importanti di miglioramento, la critica va colta per migliorare il servizio. Dall'altra è necessario intervenire qualora le informazioni scritte, magari da non turisti, non siano corrette.

per prevenire o identificare precocemente i tumori. Alcune malattie purtroppo non sono una realtà così lontana dal mondo dei ragazzi.

Un sogno che le è rimasto nel cassetto e che vorrebbe vedere concretizzato?

Per quanto riguarda il mio lavoro nei Lions, il sogno è quello che venga portato avanti un progetto di service congiunto. Se ogni club lavorasse per un unico obiet-

termediazione. Anche nei settori tradizionali gli ultimi anni sono stati scenario di importanti cambiamenti. Dal community al revenue management, molteplici sono le nuove competenze da acquisire per essere competitivi.

 IL MONDO È UN LIBRO, E CHI NON VIAGGIA LEGGE SOLO UNA PAGINA. SANT'AGOSTINO

 WWW.UNIBG.IT