

***ANALISI DEI FABBISOGNI
FORMATIVI
TERRITORIALI***
Regione Toscana

Settore Turismo - Ricettività

Estensore – Simone Tiezzi
Maggio 2018

1. <i>Premessa</i>	<i>pag. 3</i>
2. <i>Quadro generale del settore</i>	<i>pag. 3</i>
2.1 <i>Panoramica Italia Anno 2017</i>	<i>pag. 3</i>
3. <i>Il contesto internazionale</i>	<i>pag. 3</i>
4. <i>Il contesto italiano</i>	<i>pag. 5</i>
4.1 <i>Le preferenze nel nostro Paese per il 2017</i>	<i>pag. 5</i>
5. <i>Il sistema turistico – ricettivo toscano</i>	<i>pag. 6</i>
5.1 <i>Premessa</i>	<i>pag. 6</i>
5.2 <i>Analisi dello scenario</i>	<i>pag. 7</i>
5.3 <i>Le strutture ricettive in Toscana</i>	<i>pag. 8</i>
6. <i>Focus turismo rurale in Toscana</i>	<i>pag. 9</i>
7. <i>Esigenza da affrontare e linee strategiche di sviluppo progettuale</i>	<i>pag. 10</i>
8. <i>Risultati attesi</i>	<i>pag. 11</i>
9. <i>Bibliografia</i>	<i>pag. 13</i>

1. Premessa

La seguente analisi delinea il quadro generale e territoriale delle professioni del settore del Turismo con particolare riferimento a quelle dell'accoglienza e custodia nella ricettività alberghiera. Finalità della presente analisi è la valutazione del quadro delle opportunità di impiego nel settore di riferimento.

2. Quadro generale del settore

2.1 Panoramica Italia Anno 2017

I dati sul turismo in Italia nel **2017** tracciano il quadro di un periodo che si era contraddistinto come l'anno della promozione del turismo nazionale. Iniziata già negli anni precedenti, durante l'estate c'era stata una vistosa crescita del numero di turisti in arrivo, ma anche della capacità di spesa che gli italiani hanno dedicato alle vacanze. Secondo l'inchiesta Istat "Turismo in Italia 2017", quest'annualità sarà quella dei **record nel turismo**: con 429 milioni di presenze, il paese ha segnato un nuovo primato nella sua storia. Oltretutto, il 2018 è anche stato l'anno che ha visto il maggiore incremento nella capacità di spesa che gli italiani stessi hanno dedicato alle loro vacanze:

- **19%** in più di viaggi rispetto al precedente anno;
- **13%** in più di pernottamenti;
- **20%** in più nelle escursioni, fuori e dentro i confini nazionali.

Il **53%** degli arrivi era inoltre indirizzato alle località costiere, preferibilmente nei mesi di giugno e luglio. Questo dato rende un pessimistico confronto con l'estate 2019, in maniera particolare a causa del maltempo.

Per il 2018 già le rilevazioni dell'UNWTO (World Tourism Organization), pubblicate nel Barometro di Giugno, avevano confermato il trend positivo ed in continua crescita per il periodo gennaio-aprile 2018. Gli arrivi internazionali nel mondo sono aumentati infatti del **6,2%**, con una performance del **5,3%** nelle economie avanzate e del **7,1%** nelle economie emergenti. Osservando le tendenze a livello di regioni e sub-regioni continentali, si distingue la crescita dell'area europea (6,8%), trainata soprattutto dall'area mediterranea del Sud Europa (8%).

La tendenza venne confermata per l'Italia anche dal Ciset - Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica, che prevedeva per il 2018 un aumento del **4,7%** (circa 69 milioni) degli arrivi mondiali in Italia, provenienti soprattutto dall'Europa Centrale (25 milioni) e dall'area dell'Extra Europa (10,5 milioni).

3. Il contesto internazionale

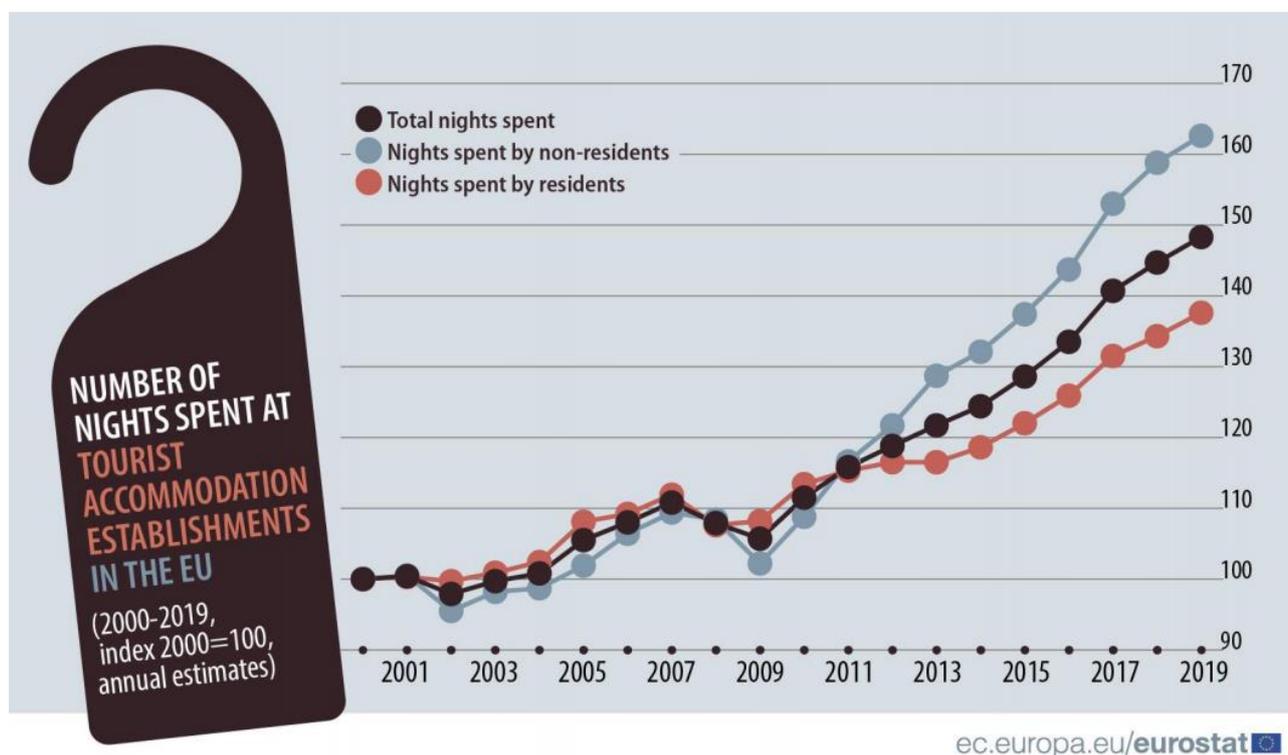
Nel 2017 il numero di notti trascorse in alloggi turistici nell'Unione europea avrebbe raggiunto oltre 3,2 miliardi, in aumento del 2,4% rispetto al 2018. E' la fotografia fatta da Eurostat che traccia una prima stima precisando che dal 2009, c'è stato un costante aumento del numero di notti trascorse in strutture di accoglienza turistica nell'Ue e questa evoluzione è imputabile ad un aumento delle notti trascorse dai non residenti nel paese visitato.

Nel 2017, la Spagna (469 milioni di notti, +0,5% rispetto al 2018) ha mantenuto il primo posto, davanti alla Francia (446 milioni, +0,8%), Germania (436 milioni, +4,0%), Italia (433 milioni,

+0,9%) e Regno Unito (375 milioni, +5,7%). Secondo queste prime stime il numero di notti trascorse in alloggi turistici nel 2019 è cresciuto in quasi tutti gli Stati membri. I maggiori aumenti sono stati osservati in Slovacchia (+12,6%) e Lituania (+10,0%), seguiti dai Paesi Bassi (+6,8%), dal Regno Unito (+5,7%) e dalla Romania (+5,6%). Gli unici cali sono stati registrati in Grecia (-3,0%) e Malta (-2,7%).

Nell'Ue, il numero di notti trascorse in alloggi turistici da residenti è cresciuto allo stesso ritmo (+2,4%) tra il 2018 e il 2019 rispetto a quelli trascorsi da non residenti (+2,4%). Quasi tutti gli Stati membri dell'Ue hanno registrato un aumento del numero di notti turistiche trascorse dai residenti, con i maggiori aumenti registrati in Slovacchia (+15,1%), Cipro (+13%), Croazia (+10%), Lituania (+9,9%) e Malta (+9,2%).

Analogamente, il numero di pernottamenti turistici trascorsi da non residenti è aumentato nella maggior parte degli Stati membri dell'Ue, con i maggiori aumenti registrati nel Regno Unito (+19,2%), Paesi Bassi (+10,6%), Lituania (+10,0%) e Slovacchia (+8,4%). All'interno degli Stati membri dell'Ue, la maggior parte delle notti trascorse dai residenti è stata registrata in Romania (83% del totale delle notti trascorse), Germania e Polonia (entrambe l'80%) e Svezia (75%). **Al contrario, le maggiori quote di notti trascorse da non residenti sono state registrate a Malta (95% del totale delle notti trascorse), Cipro (94%), Croazia (92%) e Lussemburgo (88%).**



1. Variazioni pernottamenti Europa 2001 – 2017 e previsione 18-19 – Eurostat 2017

In questo quadro è rilevante la posizione dell'Italia dove il turismo dà lavoro a 4,2 milioni di persone e il nostro è il Paese europeo in cui le attività turistiche generano il maggior numero di posti. È quanto mette in evidenza il report di Eurostat 'Tourism Satellite Accounts in Europe', che nell'edizione 2019 sottolinea come il turismo abbia generato complessivamente 16,5 milioni di posti di lavoro in 15 paesi dell'Unione europea.

Guardando a quanto spendono i turisti nei paesi che visitano, emerge che la Francia registra la spesa più alta: 64.221 milioni di euro, pari al 16% della spesa turistica totale nell'Ue (405.000 milioni di euro). Al secondo posto si pone la Spagna (59.213 milioni di euro), terza l'Italia (48.148 milioni di euro, 12% del totale). Seguono Germania (39.555 milioni di euro), Olanda (32.490 milioni di euro) e Gran Bretagna (31.650 milioni di euro). Questi sei paesi messi insieme rappresentano il 68% del totale della spesa dei turisti in arrivo nell'Ue. In particolare, i dati mostrano come i visitatori che si muovono nella giornata hanno un impatto del 46% sul livello della spesa turistica interna.

E' invece la Spagna a registrare il più alto valore aggiunto lordo del turismo, pari a 236.131 milioni di euro, che rappresenta il 27% di quello totale dell'Ue. Seguono la Germania (105.252 milioni di euro, il 12% del totale Ue), Danimarca (89.041 milioni di euro), Italia (87.823 milioni di euro) e Gran Bretagna (83.492 milioni di euro).

4. Il contesto italiano

I dati quasi definitivi per l'anno 2017 ci rappresentano una situazione confortante con oltre 360 milioni le notti trascorse dai turisti stranieri in Italia fino a ottobre 2017. Un numero in crescita del 4,4% che ha portato la spesa dei viaggiatori internazionali a 40 miliardi (+6%). Il turismo resta per l'Italia una miniera d'oro che però secondo il ministero dei Beni culturali e del Turismo e l'Enit, l'Agenzia di promozione, va sfruttata molto meglio. Da qui le strategie 2018-2019, che in linea di massima possono esser riassunte così:

- **Obiettivo diversificazione** - Oltre al consolidamento del turismo tradizionale - grandi città d'arte e balneare - l'idea è quella di puntare sugli altri "turismi". Dalla valorizzazione dei centri medio-piccoli, «metà dei 55 siti Unesco italiani è in comuni sotto i 5mila abitanti», al turismo di montagna e quello «active» come il cicloturismo tanto caro ai nordici fino alla promozione del turismo slow e culturale: quest'anno si festeggiano tra l'altro i 500 anni di Raffaello, i 100 anni di Fellini e i 200 anni del gastronomo Artusi. Senza dimenticare il prezioso turismo congressuale sul quale Enit vuole scommettere (il 30% degli eventi del 2020 sarà dedicato proprio a questo fronte). Il 2020 infine è l'anno della cultura e del turismo Italia-Cina e le aspettative sull'arrivo dei cinesi sono molto alte (Giorgio Palmucci – Presidente ENIT).

In tale contesto da c'è poi da considerare l'impatto economico effettivo dell'azienda Turismo Italia sul PIL. Il turismo vale il 13% del Pil nazionale (in base ai dati quasi definitivi per l'anno 2017).

Una nuova centralità al turismo italiano è stata impressa negli ultimi anni, centralità che rappresenta un asset economico primario per l'Italia pari non solo al 13% del Pil ma anche a 4,2 milioni di occupati in questo settore, dato per cui siamo leader in Europa.

I dati sul saldo dei flussi turistici nel 2017 descrivono un anno molto favorevole: la spesa del turismo internazionale cresce del 6,6% e c'è un aumento del pernottamenti del +4,4 %. Un incremento rilevato anche dai dati sugli arrivi aeroportuali che chiudono i primi 11 mesi 2017 con un +4% di passeggeri totali, che sale a +5,8 per cento su quelli internazionali.

4.1 Le preferenze nel nostro Paese per il 2017

Tra le regioni "più prenotate d'Italia" la **Sicilia** nella sua interezza movimentata 15 milioni di presenze turistiche ed è seconda solo alla **Puglia**.

La regione - che vale un movimento di 15milioni di presenze turistiche - si conferma tra le più prenotate d'Italia.

Dopo una stagione difficile, il turismo dell'isola ha accelerato: nel primo weekend di agosto - 3 e 4 agosto - è stato riempito il 79% delle camere disponibili, a fronte del dato medio nazionale di un punto inferiore, come conferma il monitoraggio di Assoturismo - Confesercenti. La tendenza è stata confermata a Ferragosto.

Per il ponte di quattro notti tra il 14 ed il 18 agosto è stato riservato l'89% delle camere disponibili, a fronte di una media nazionale dell'87%.

Le altre regioni: estate nera per il turismo in Sardegna con un calo degli arrivi stimato tra il 20% e il 30% rispetto al 2018 e dovuto soprattutto alle defezioni degli italiani.

Boom invece di stranieri in **Liguria**: le Cinque Terre, il Golfo dei Poeti e quello del Tigullio, ma anche Genova e il Golfo Paradiso. Poi la Riviera delle Palme e quella dei Fiori: oltre 300 chilometri di costa, quelle della Liguria, che anche nell'estate 2017 hanno richiamato un turismo in crescita, soprattutto per gli arrivi degli stranieri.

Ma è la Puglia la preferita dagli italiani: la Puglia si gode il primato di "meta turistica preferita dagli italiani per l'estate 2017" attribuitole da Codacons, essendo stata. Scelta dal 21% delle famiglie è seguita da Sicilia, Toscana e Liguria.

5. Il sistema turistico – ricettivo toscano

5.1 Premessa

I recenti cambiamenti intervenuti nelle dinamiche della filiera turistica, riconducibili agli effetti della crisi economica, alle nuove tendenze di viaggio e all'avvento dei nuovi strumenti digitali, hanno agito sui livelli di competitività dell'offerta turistica, evidenziando la necessità di inserimento di nuove figure capaci di interagire con la clientela attraverso i social media e di promuovere il servizio turistico integrato e strettamente interconnesso con le caratteristiche e le vocazioni del territorio. In particolare tale emergenza è sentita nelle aree rurali ove la tradizione enogastronomica diventa un fattore di successo e l'accoglienza e la promozione di beni e territorio risulta un elemento di importanza strategica per lo sviluppo dei territori e delle imprese turistiche locali.

Alla luce delle nuove esigenze che le aziende turistiche si trovano ad affrontare, il coordinamento tra soggetti pubblici e privati impegnati sui territori che vantano identità comuni risulta essenziale. Di fatto le aziende turistiche che vogliono rinnovare la propria offerta, incrementando introiti e reputazione, necessitano di un rinnovamento delle figure professionali tradizionali e di nuove competenze specializzate.

Da indagini svolte sui fabbisogni formativi delle imprese turistiche, raffrontate con le nuove tendenze del mercato turistico messe in luce dalle ultime analisi dell'IRPET emerge che le professioni che necessitano maggiormente di interventi formativi sono quelle legate all'accoglienza al fine di sviluppare competenze nell'utilizzo dei software gestionali, delle piattaforme di prenotazione online e dei social media.

Dall'Atlante dei fabbisogni professionali dell'IRPET emerge infatti che alle figure tradizionali legate all'accoglienza si richiede in particolare: la conoscenza delle lingue straniere (principalmente della lingua inglese), competenze operative integrate di front-office e back-office, competenze specifiche nella gestione della clientela, la capacità di raccontare il territorio, le sue eccellenze e suoi prodotti.

La conoscenza e la promozione del territorio è diventata ormai una necessità direttamente collegata all'ottenimento di un vantaggio competitivo da parte delle destinazioni con positive ripercussioni anche nel modo delle imprese.

Sul piano delle nuove tendenze della filiera turistica, sono molto richieste competenze trasversali legate al mondo ICT, da affiancare a conoscenze strettamente legate al turismo e all'ospitalità.

5.2 Analisi dello scenario

Il turismo registra un costante trend di crescita mondiale (7% crescita nel 2017), e in cui l'Europa mediterranea è un motore rilevante (+12,9% fonte UNWTO)

Il 2017 è certamente un anno molto positivo per il turismo in Toscana. Gli studi a consuntivo dell'Irpet evidenziano una crescita sia delle presenze ufficiali +3,8% e +6,2% degli arrivi.

Sia la componente straniera che quella italiana sono in crescita (+4% presenze stranieri, +3,6% italiani). Un grande risultato che, per la prima volta, risulta inferiore al dato italiano. Il turismo in Toscana pertanto si conferma un importante attrattore di risorse per l'economia regionale ed un ammortizzatore della crisi occupazionale nel complesso ancora non del tutto superata. Nel 2017 infatti ai 46,3 milioni di presenze turistiche ufficiali si devono sommare circa 48 milioni stimate in alloggi non ufficiali (vero e proprio boom di prenotazioni in strutture private non ufficiali online) e circa 4 milioni in strutture inadempienti l'obbligo di comunicazione.

Stiamo quindi valutando in 100 milioni le presenze turistiche in Toscana, un grande risultato che ha consentito circa 23.000 contratti di lavoro aggiuntivi rispetto al 2009.

Il confronto fra il dato toscano e il dato italiano (+6,3%) e mondiale ci porta a concludere che la crescita è meno eclatante e che è provocata dalla crescita mondiale e non da specifiche azioni mirate esistenti nella nostra regione. Infatti, nell'ultimo biennio la regione, pur continuando a crescere, sembra comportarsi come un'area turistica matura che tende, seppur marginalmente, a perdere quote di mercato rispetto a competitor che sono più aggressivi anche sul piano nazionale. Inoltre nel decennio le presenze si concentrano per territori all'interno del sistema toscano e rappresentano un elemento di attenzione da non sottovalutare per il sistema turistico toscano complessivo.

Sussistono pertanto ampi margini di crescita, non tanto connessi ad un aumento sconsiderato ed illimitato della presenza turistica e della capacità ricettiva italiana, quanto alla maggiore valorizzazione della presenza stessa in termini di qualità e di maggiore complessità dell'esperienza turistica. Basti pensare al fatto che la spesa media di un turista straniero in Italia nel 2017 è pari ad una media giornaliera di euro 112,98 procapite. Tale cifra, rapportata ad altri mercati competitori (Cina, Russia, USA, Australia, Regno Unito) è nettamente inferiore e va interpretata non solo come una immagine della convenienza della destinazione Italia, ma anche come limitatezza delle esperienze possibili sui nostri territori (ancora non sufficiente valorizzazione della componente esperienziale e motivazionale).

Accanto a queste tendenze statistiche oggettive che mettono in risalto una componente statica rispetto al nostro sistema turistico focalizzato sulle evidenze artistiche e storiche che rappresentano sicuramente un bene mondiale e in qualche misura "unico", l'altra analisi che deve essere sviluppata in dettaglio riguarda la composizione e la consistenza delle nostre strutture turistiche

I dati statistici diffusi dall'Enit-Agenzia nazionale italiana del turismo rivelano un assestamento della Toscana tra i primi posti nella produzione turistica del Paese. Infatti viene consolidata la quarta posizione assoluta (quinta per arrivi) con una spesa "lasciata" sul territorio pari a 4077 milioni di euro. L'incidenza dell'industria turistica, pur nella crisi economica imperante e nelle

continue situazioni di stress socio-politico e di eventi imprevedibili a cui è stata soggetta l'area mediterranea fino a tutto il 2015, rimane fondamentale per l'economia italiana tanto da **rappresentare il 10,2% del Prodotto Interno Lordo (PIL) e l'11,6% dell'occupazione totale**. Ma sussistono ampi margini di crescita, non tanto connessi ad un aumento sconsiderato ed illimitato della presenza turistica e della capacità ricettiva italiana, quanto alla maggiore valorizzazione della presenza stessa in termini di qualità e di maggiore complessità dell'esperienza turistica. Basti pensare al fatto che la spesa media di un turista straniero in Italia è pari ad una media giornaliera di euro 112,98 procapite. Tale cifra, rapportata ad altri mercati competitori (Cina, Russia, USA, Australia, Regno Unito) è nettamente inferiore e va interpretata non solo come una immagine della convenienza della destinazione Italia, ma anche come limitatezza delle esperienze possibili sui nostri territori. Il "Piano strategico per la digitalizzazione del turismo italiano" recita letteralmente: *Il nostro Paese, inoltre, attua ancora politiche di promozione troppo generaliste e poco orientate alle esigenze della domanda. Recenti indagini hanno messo in evidenza come il prodotto Italia per il target famiglie, ad esempio, sia quello più richiesto dal mercato internazionale e come esista un numero elevato di altri soggetti (es. anziani e disabili) che viaggerebbero se ci fossero offerte in linea con le loro particolari richieste: si potrebbero così esplorare segmenti di mercato interessanti che garantirebbero anche notevoli benefici in termini, per esempio, di stagionalizzazione della domanda, uno dei grandi problemi del nostro Paese (ma non solo del nostro). Va notato che quello della stagionalizzazione dei flussi turistici è un obiettivo fondante delle politiche comunitarie come ricordato fin dal 1991 dalla Commissione Europea: il problema più grave del turismo in Europa è la sua elevata concentrazione in alta stagione, il che comporta la congestione delle capacità di trasporto e dei servizi di accoglienza, nonché il degrado dell'ambiente naturale ed umano nell'alta stagione, ed uno scarso impiego delle risorse finanziarie ed umane nella bassa stagione.*

Per questo una nicchia di mercato ancora da ampliare e da esplorare nelle sue importanti potenzialità di offerta è quella del turismo "verde", nel caso della Toscana soprattutto quella dell'agriturismo sostenibile.

Le aziende agrituristiche autorizzate in Italia sono 22.238, 494 in più rispetto all'anno precedente (+2,3%). Tale incremento è dovuto al saldo positivo tra le 1.628 nuove aziende e le 1.134 cessazioni.

Le presenze dei clienti negli agriturismi ammontano a 11,3 milioni (+4,9% r), come emerge dall'indagine Istat sul movimento dei clienti negli esercizi ricettivi. Anche nel 2017 viene ribadita la tendenza a diversificare i servizi proponendo pacchetti turistici integrati: 8.162 aziende svolgono contemporaneamente attività di alloggio e ristorazione, 10.440 offrono oltre all'alloggio altre attività agrituristiche e 1.707 svolgono tutte le tipologie di attività agrituristiche autorizzate (alloggio, ristorazione, degustazione, ecc.).

5.3 Le strutture ricettive in Toscana

Gli elementi strutturali riferiti all'economia turistica toscana evidenziano dati e driver di consistenza delle strutture turistiche che inseriscono sicuramente la nostra Regione fra le prime regione come livello di offerta turistica integrata e differenziata.

L'analisi macroeconomica compiuta dal team di esperti che ha accompagnato l'intera iniziativa ha consentito di rilevare le seguenti informazioni : totale posti letto a disposizione in tutta la Regione nel circa 583.000 , di cui il 65 % posti letto inseriti nella categoria extra alberghiera e 35% alberghiera.

Le strutture extra alberghiere misurate dal sistema statistico regionale evidenziano che le strutture turistiche con maggiore capienza in termini di posti letto risultano sicuramente i camping con circa il 29% dei posti (circa 168.000 posti) globali seguiti dalla categoria degli alloggi agrituristici (circa 75.000 posti letto).

All'interno della sub-categoria esercizi alberghieri risultano più diffusi gli alberghi a 3 stelle (14% 63000 posti letto) seguiti da alberghi 4 stelle (circa l'11% dei posti pari a 63.000 posti letto).

6. Focus turismo rurale in Toscana

Tutti gli studi effettuati sulla struttura dell'offerta turistica consente di evidenziare una composizione regionale alquanto diffusa e variegata in grado, di fatto, di rispondere a esigenze e target di turismo completamente differenziato. Tale struttura di base consente di considerare l'offerta ricettiva turistica estremamente variegata e rappresenta un punto di forza per l'intero sistema turistico territoriale. La presenza di una significativa offerta di alloggi variegato per territorio e tipologia ci consente di ipotizzare azioni di sviluppo strategico a livello regionale rivolti in particolare ai flussi turistici stranieri, che evidenziano grandi potenzialità di incremento.

In particolare la struttura alberghiera è vocata a soddisfare una tipologia di target di medio-alto livello in particolare nelle città d'arte mentre nelle aree rurali e costiere la capacità maggiore è concentrata nelle strutture in plein air (camping) e di ruralità diffusa (agriturismi).

Proprio nel settore del turismo in aree rurali attraverso dimore di destinazione agricola, la Toscana mantiene un primato invidiabile con la presenza di 4391 aziende agrituristiche attive ed in continuo aumento. Va sottolineato inoltre come la maggiore concentrazione di aziende gestite da donne si rileva in Toscana (1.791 aziende, che rappresentano il 40,8% delle aziende della regione e l'8,0% di quelle nazionali). Rispetto al 2016 è stata prodotta la migliore performance di crescita pari al 9,4% (più 154 aziende al femminile). Nella nostra regione, poi, non esistono agriturismo con la sola offerta di ristorazione, ma l'offerta è composta da almeno alloggio e ristorazione. Negli anni poi si è consolidato il primato dell'offerta aggiuntiva di degustazione (soprattutto dei prodotti tipici a filiera corta) che sono cresciute di 101 unità rispetto all'anno precedente, un altro primato in Italia.

La domanda di strutture agrituristiche è stata effettuata soprattutto da utenza straniera che ha fatto aumentare la scelta di tale opzione del 4,4% ed in particolare ciò è avvenuto nelle città d'arte (+8,3%) e nelle località di altro interesse (+6,1%). Testimonianza di una possibile inversione di tendenza dopo alcuni anni di continue flessioni è la dinamica di posti letto in agriturismo (+3,8%) e contestualmente del tasso di occupazione delle strutture (+0,1%). Nel segmento straniero è di rilievo il gradimento dell'agriturismo in località balneari (+5,6%), segno di una sempre più spiccata esigenza di fruizione integrata tra litorale ed entroterra come elemento di attrattiva fondamentale, soprattutto alla base del successo dei sistemi costieri del sud della regione.

L'analisi dei flussi turistici per paese di provenienza ci consente di affermare che circa il 45% dei turisti è rappresentato da cittadini italiani di cui quasi il 12% di presenze sono residenti in Toscana e quasi il 10% in Lombardia.

Per quanto riguarda il mercato del turismo estero in generale il mercato dell'Europa occidentale rappresenta da solo il 33% delle presenze complessive (26% degli arrivi), seguito a forte distanza dal turismo nordamericano (in particolare USA) pari a circa l'8% delle presenze. In crescita, anche se di numero ancora marginale il turismo dei paesi dell'est e quello proveniente dall'Asia occidentale (entrambi pari a circa il 4,1% del totale).

Si conferma pertanto una forte vocazione europea in particolare verso l'area di lingua tedesca (Germania, Austria, Svizzera ed olanda) che da sola rappresenta circa il 20% delle presenze complessive nel totale delle strutture toscane e il 26 % nelle strutture agrituristiche.

L'analisi mirata di tutti i flussi turistici regionali ci consente di affermare che abbiamo un sistema turistico complessivamente più attrattivo verso i turisti europei e italiani per l'accoglienza extra alberghiera (camping e agriturismo) mentre il sistema classico alberghiero viene utilizzato con maggiore percentuale di frequenza rispetto all'extralberghiero dal turismo del medio oriente, asiatico e americano in genere.

Lo studio analitico condotto dal team di progettazione negli ultimi mesi ha rilevato anche dati e driver di forte interesse anche nell'area del livello di utilizzo dei posti letto, vero e proprio indicatore di efficienza e di potenzialità del sistema turistico toscano. In definitiva i dati della Regione consentono di affermare che il livello di presenza dei turisti medio rispetto alle strutture turistiche (presenze/n° letti teorici a disposizione) è pari a circa il 21% con punte nelle città d'arte (in primis Firenze e le città dell'area della Piana (circa il 40% di saturazione dei posti letto) mentre nelle città dedite al turismo balneare e in cui i camping sono rappresentativi e quindi la stagione risulta naturalmente più breve il tasso di utilizzo scende al 16% (Arezzo 13%, Massa 9%).

7. Esigenza da affrontare e linee strategiche di sviluppo progettuale

In virtù di tali dati statistici ed analisi territoriali il team di progettazione delle agenzie proponenti (Toscana Formazione, Fondazione Campus e Coldiretti tramite l'agenzia C.A.I.C.T.) insieme ai professori dell'Università di Siena e di Pisa che collaborano con la rete tecnica da anni, ha avviato nel 2017 una fase di analisi mirata e organizzato focus group tematici e territoriali focalizzate sulle aree rurali/montane della Regione Toscana

Tali incontri di progettazione sono stati finalizzati a comprendere in dettaglio in ogni area territoriale coinvolta i singoli fabbisogni di impresa, le potenzialità in termini di occupabilità e il livello di integrazione delle reti territoriali. Proprio perseguendo l'obiettivo esplicitato dalla Regione Toscana di integrare attori e soggetti provenienti da filiere e settori diversi (formazione, istruzione, ricerca, innovazione, enti pubblici, ecc) in una rete comune regionale il team di progettazione ha sviluppato e rafforzato i legami metodologici e relazionali fra i soggetti coinvolti al fine di predisporre una progettualità condivisa e strategica a livello regionale.

Sviluppata questa prima fase di incontri territoriali e costituita la rete regionale (RetisNova) nell'anno 2017 le attività progettuali del 2018 sono state volte all'analisi delle informazioni e dei dati sovraillustrati e menzionati ed all'attività di confronto con gli imprenditori, le scuole e i ptp, le istituzioni locali.

Al termine di questa fase preliminare il team di progettazione ha sviluppato il presente progetto che coinvolge alcune delle aree montane/rurali più rappresentative della Regione: Mugello/val di Sieve/garfagnana/valdichiana/amiata/chianti con l'obiettivo di sviluppare figure strategiche all'interno dei singoli contesti territoriali in grado, cioè, di promuovere il turismo locale in costante integrazione con il territorio regionale/nazionale e di essere i primi veicolatori del territorio nelle sue caratteristiche.

In conseguenza di questo intenso e costante attività relazionale e di analisi territoriale il team di progettazione delle agenzie proponenti, insieme ai professionisti delle altre agenzie, ha sviluppato una proposta di sviluppo progettuale che prevede il settore turistico come volano locale di sviluppo socio-economico delle aree rurali in quanto portatore di sviluppo e promozione territoriale anche

in funzione dello sviluppo contemporanea della filiera agribusiness

L'analisi dei fabbisogni di una destinazione Turistica – focalizzata sulle diverse aree montane della Toscana – redatto dall'Università di Siena – partner costante di Toscana Formazione in tutte le iniziative formative in ambito turistico - ha evidenziato la necessità di disporre di figure professionali specifiche in grado di sviluppare promozione e piani di marketing per il territorio al fine di aumentare il livello di fruibilità dell'intera provincia soprattutto in virtù dello sviluppo di nuovi flussi turistici derivanti dai BRIC . Considerando, infatti, il tasso di diffusione dei Social Media e la loro crescente possibilità di influenzare le modalità di viaggio, si ritiene che i paesi più appetibili per una strategia di comunicazione per il Mugello e la provincia di Firenze possano essere Brasile, Russia, Cina, India e Germania, senza dimenticare Spagna, Inghilterra e Usa, visto il miglior bilanciamento tra numero di iscritti a Facebook e i flussi di provenienza per la provincia, nonché il loro grado di ricettività rispetto ai temi illustrati dalla ricerca per parole chiave relativamente alla delimitazione geografica scelta. Lo studio dell'Università di Siena suggerisce di sviluppare i flussi turistici attraverso l'organizzazione di eventi tematici e l'uso di pacchetti che si concentrino sull'esperienza, in aggiunta alla determinazione di aggregazioni di imprese per favorire la creazione di pacchetti di offerte, prodotti e servizi in una sorta di Ticket One del turismo.

Al termine del biennio di lavoro le agenzie proponenti hanno sviluppato il presente progetto che si compone di due dimensioni rilevanti :

A)Il territorio – Al fine di realizzare un progetto pilota e dunque generatore di buone prassi a livello regionale , è stato deciso di coinvolgere un campione di aree territoriali molto significativo . Il presente progetto si sviluppa come centro di coordinamento regionale nel Mugello/Val di Sieve (sede di Toscana Formazione l'agenzia capofila) in quanto i dati demografici relativi disegnano una popolazione complessiva pari a circa 100.000 abitanti e si snoda nei territori della Garfagnana, Val di Chiana aretina e senese, e chianti.

In pratica tutte le province toscane caratterizzate da rilevanti aree di territorio rurale oggetto di sviluppo turistico rurale sono state coinvolte al progetto con l'obiettivo di trasformare il progetto in un modello di buone prassi da poter diffondere e mettere a disposizione delle politiche di sviluppo socio-economico della Regione Toscana per le aree rurali.

B)Sviluppo metodologico e contenuti- Il team di progetto ha disegnato un'impalcatura snella e articolata in cui si darà vita ad un progetto pilota in cui i partecipanti avranno il modo di divenire veri e propri attori del progetto e potranno beneficiare delle esperienze comuni .

Per quanto riguarda i contenuti tutte le tematiche avranno quale oggetto comune l'innovazione nel termine di fornire ai partecipanti conoscenze e competenze sulle strategie e utilizzo del web come fornitore di servizi turistici e nelle modalità di affrontare la relazione con l'altro.

Questo sarà il “ tema” e la sfida del progetto in quanto tutti i futuri operatori delle aree rurali /montane si dovranno rendere consapevoli della loro fondamentale importanza come “ vetrina” di “ ben vivere” e di saper promuovere e accogliere in un'area verde. Quindi strategie di accoglienza di saper offrire il proprio territorio vivendo le “ esperienze di viaggio” vero e proprio elemento strategico nelle scelte turistiche.

8. Risultati attesi

Ci attendiamo lo sviluppo di lavoro di progetto per ogni area di valenza strategica per le unioni di comuni locali e una strategia unitaria regionale finalizzata a sviluppare modello e sistemi di sviluppo socio- economico locale da proporre come modelli anche nazionali. Le figure formate

sono essenzialmente quelle indicate dall'analisi dell'Irpet che è stato assunto come guida metodologica per tutte le attività di questi ultimi mesi del team progettuale regionale.

Da indagini svolte sui fabbisogni formativi delle imprese turistiche, raffrontate con le nuove tendenze del mercato turistico messe in luce dalle ultime analisi dell'IRPET emerge che le professioni che necessitano maggiormente di interventi formativi sono quelle legate all'accoglienza al fine di sviluppare competenze nell'utilizzo dei software gestionali, della promozione/sviluppo/ideazione percorsi turistici, personale per lo sviluppo di eventi e reti territoriali. Realizzazione e gestione di piattaforme di prenotazione online e dei social media.

Dall'Atlante dei fabbisogni professionali dell'IRPET emerge infatti che alle figure tradizionali legate all'accoglienza si richiede in particolare: la conoscenza delle lingue straniere (principalmente della lingua inglese), competenze operative integrate di front-office e back-office, competenze specifiche nella gestione della clientela, la capacità di raccontare e promuovere il territorio, le sue eccellenze e i suoi prodotti e la realizzazione di prodotti integrati soprattutto attraverso il web.. La conoscenza e la promozione del territorio è diventata ormai una necessità direttamente collegata all'ottenimento di un vantaggio competitivo da parte delle destinazioni con positive ripercussioni anche nel modo delle imprese.

Sul piano delle nuove tendenze della filiera turistica, sono molto richieste competenze trasversali legate al mondo ICT, da affiancare a conoscenze strettamente legate al turismo e all'ospitalità.

Tutti questi elementi tecnici sono stati declinati nella nostra proposta in ambito rurale verde con una forte connotazione ambientalista nel criterio di rispetto del patrimonio naturale dei territori.

Si ritiene quindi necessaria l'attuazione di programmi formativi orientati all'aggiornamento delle competenze professionali tradizionali integrate a percorsi formativi per lo sviluppo di competenze.

La presente analisi è stata condotta in concomitanza con le misure restrittive poste in essere dal Governo Italiano per l'intero paese a seguito dell'emergenza Covid-19.

Questa nuova situazione è un fattore esterno di considerevole impatto sanitario, economico e sociale, che avrà logiche ripercussioni sull'andamento del mercato del lavoro per l'anno 2020.

Sarebbe adesso illogico entrare nel merito delle ripercussioni che l'emergenza in corso causerà. A tal proposito riteniamo che gli effetti della formazione, anche in virtù dei tempi attuativi del servizio, ricadranno quasi sicuramente a cavallo tra gli anni 2021 – 2022

9. Riferimenti bibliografici

Riferimenti bibliografici generali

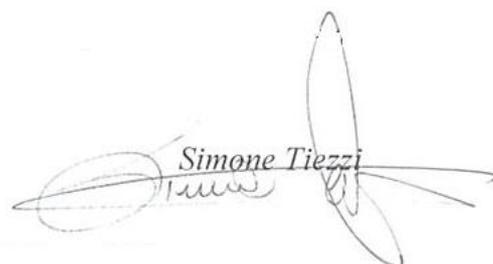
- **ISTAT** – Il mercato del lavoro III trimestre 2019
- **ISTAT** – Il mercato del lavoro III trimestre 2018
- **ISTAT-ASTAT** "Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi", i cui dati vengono elaborati dall'Istituto provinciale di statistica (ASTAT)
- **ISFOL**, Atlante delle Professioni e delle qualificazioni

Riferimenti bibliografici settoriali

- **Rapporto del Gruppo per la sostenibilità del turismo** "Azione per un turismo europeo più sostenibile", febbraio 2007, pagg. 3-4.
- **ISTAT**, Viaggi e Vacanze in Italia ed all'estero, Comunicato stampa, Febbraio 2019
- **ONT – Osservatorio Nazionale del Turismo**, dati statistici 2017-2018
- **ENIT – Ente Nazionale per il Turismo**, studi e ricerche Anno 2017
- **Osservatorio Universitario sul Turismo**, Estate 2019: i dati del Turismo in Italia, Anno 2019
- **ISTAT**, Turismo in Italia Anno 2018, 2019
- **ENIT**, Turismo Internazionale Italia Anno 2019, 2020
- **FEDERALBERGHI**, Ottavo rapporto sul sistema alberghiero e turistico – ricettivo in Italia, 2017
- **UNWTO (World Tourism Organization)**, Barometro di Giugno, Anno 2018
- **Eurostat**, Tourism Satellite Accounts in Europe, Anno 2019
- **Regione Toscana**, Banca Dati Turismo in Toscana, Anni 2018-2019

Alcune informazioni sono state reperite online in articoli non firmati e pubblicati a scopo divulgativo.

Release redatta in data 15/05/2018



Simone Tiezzi