

IL CASO

Silvia Pedemonte

Il turismo è in crescita
ma cuochi e camerieri
sono introvabili

Il turismo vola, ma gli addetti mancano. I dati Excelsior-Unioncamere dicono che nell'ultimo trimestre 2022 il personale difficile da trovare sfiorerà il 53%. Introvabili pasticceri (87%), cuochi (61%) e camerieri (59%). Sono 2 milioni i posti vacanti nel settore. L'ARTICOLO / PAGINA 11

Il settore è in continua crescita, ma è introvabile il 53% delle figure professionali necessarie. Gli esperti a convegno a Genova: accelera il fenomeno di chi lavora da un luogo di vacanza

Il turismo vola, ma servono più addetti Mancano pasticceri, camerieri e cuochi

ANDREA PRETE
PRESIDENTE
UNIONCAMERE

«Nel trimestre da ottobre a dicembre di quest'anno, mancherà all'appello più della metà del personale»

Silvia Pedemonte / GENOVA

Il caro bollette e l'inflazione stanno stritolando le aziende, anche nel turismo. E c'è un altro tasto che ormai da tempo è dolente. È quello della mancanza di personale. Secondo i dati del progetto Excelsior, sempre di Unioncamere «nel trimestre ottobre-dicembre 2022 il personale difficile da trovare sfiora il 53 per cento. Le figure introvabili? Pasticceri (nell'87 per cento dei casi), cuochi (61 per cento), camerieri (59 per cento). E nel 2022 le assunzioni difficili nel settore turistico potrebbero riguardare, in tutto, due milioni di posizioni».

In questo quadro, che fare? La strada, anche e soprattutto ai tempi della crisi, è fatta di internet e di digitale (e pure di Metaverso) ma anche - e sempre di più - della forza di territori, storia, culture. E di turismo collegato anche allo

smartworking.

«Dobbiamo porci una domanda: cosa spinge una persona a viaggiare in questi tempi così complicati? - riflette Andrea Granelli, fondatore e presidente di Kanso (società di consulenza nell'innovazione e il change management), esperto di innovazione e digitalizzazione, consulente del Parco delle Cinque Terre - Oggi la risposta è molteplice. C'è la volontà di imparare e questo riporta ai Grand Tour. C'è una forte motivazione: questo ci fa pensare, allora, a quello che sono stati i viaggi religiosi. Poi c'è la componente del mondo del lavoro che è cambiato e la "workation", parola coniata dagli americani che unisce work, ovvero lavoro e vacation, ovvero vacanza. Oggi c'è chi sceglie il posto dove lavorare a distanza: io, per esempio, per due mesi sto a Pantelleria. Ho un valore di concentrazione e creatività che nessun ufficio potrà mai darmi».

La pandemia, lo smartworking, l'emergenza energetica, quella climatica. Il caro vita che impazza. La mancanza di personale. In un tempo che è di crisi - e da molteplici e profondissimi fronti - come ripensare il turismo? A Palazzo Ducale, per la prima delle due giornate di convegno di "Mirabilia - decima borsa del turi-

simo culturale" il presidente di Unioncamere Andrea Prete mette sul tavolo dati e ricerche. E strade percorribili.

La prima parola chiave è diversificare. «Il nostro istituto di ricerche turistiche Isnart ha analizzato le presenze dell'estate 2022 - afferma il numero uno di Unioncamere - facendo emergere le diverse "tribù" che hanno visitato il nostro Paese. Tutti con esigenze differenti». Emerge così che i giovani della generazione Z, ovvero chi ha fra i 18 e i 26 anni, nel 17,5 per cento dei casi ha scelto la meta valutando il patrimonio artistico culturale; per i senior, nel 16,5 per cento dei casi prevalgono le scelte di natura, artigianato, gastronomia, tipicità. E un turista su 5 fra chi ha tra i 59 e i 68 anni punta allo shopping.

C'è un elemento comune per tutti, accentuato dalla pandemia: «L'Osservatorio sull'economia del turismo delle Camere di Commercio mostra che, nel 52 per cento dei



Superficie 49 %

03069
casi, la scelta di dove andare viene effettuata basandosi su internet» rimarca Prete. Più del passaparola, più di tutto il resto vale la potenza del web. Mirabilia, nata nel 2012 su iniziativa della **Camera di commercio** di Matera, tuttora capofila del progetto e con Genova fra i cinque fondatori riunisce a oggi 18 **Camere di commercio** d'Italia. E ieri, a Palazzo Ducale, c'è stata la firma del protocollo d'intesa per la nascita, nel 2023, della prima edizione di "Mirabilia France" con le **Camere di commercio** francesi. «Abbiamo tante altre richieste, anche dal Canada – evidenzia il presidente di Mirabilia Network Angelo Tortorelli – da qui ai prossimi tre anni, intanto, Mirabilia potrà diventare un progetto europeo».

Il tema è fare squadra. Valorizzare il patrimonio naturale, culturale, architettonico, artistico, culinario. Raccontare la storia e le storie. Come quelle fatte emergere dall'architetto Alfonso Femia (studi a Genova, Milano, Parigi) con la Biennale dello Stretto tra Reggio Calabria e Messina. «In meno di 15 giorni la «Biennale ha già avuto 7.500 visitatori. Il concetto chiave è portare al visibile l'invisibile. Quanti sanno che lo Stretto ha 14 forti costruiti per difendersi dagli attacchi navali e mai entrati in funzione perché nel tempo l'innovazione aveva portato all'aeronautica? Tanti occhi non sanno più osservare: serve "L'atto di vedere", citando Wim Wenders». —

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Un'immagine del convegno Mirabilia ieri a Palazzo Ducale PAMBIANCHI

