

L'importanza della qualità della formazione nelle Imprese turistiche: un caso concreto

Ing. Emilio Schirato
Presidente Federalberghi-Confcommercio Abruzzo



QUADRO GENERALE

Da un'analisi della situazione in
cui versa oggi il Turismo in
Abruzzo emergono

LUCI ED OMBRE...

I PLUS DEL TURISMO ABRUZZO

- Destinazione “emergente” nell’Italia minore
- Innegabile attrattiva culturale ed enogastronomica della nostra Regione
- Caratteristiche geografiche e sistema ricettivo predisposti per accogliere turismi di “nicchia” medio-alto spendenti ...ma che ricercano....

...LA QUALITA’!

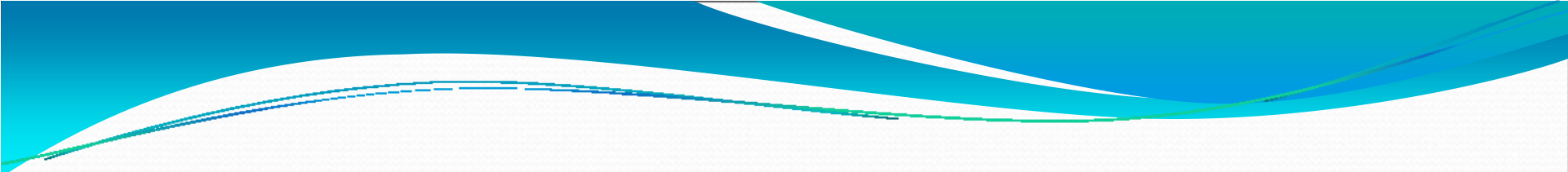
I MINUS E LE PROBLEMATICHE

IN GENERALE:

- Manca una testa pensante ben organizzata e non politicizzata nella gestione del Turismo abruzzese
- Manca dotazione economica adeguata per la promozione

... MA ANCHE NEL NOSTRO SISTEMA RICETTIVO:

- Strutture alberghiere piccole e piccolissime, spesso a gestione familiare con difficoltà di avvicendamento generazionale
- Piccola capacità di investimento (e in più non c'è una Legge di riferimento per investimenti nel turismo)
- Grande individualismo degli operatori che porta a diffidare dei colleghi



E così, mentre il sistema globale di accoglienza si è evoluto e, conseguentemente si sono complessizzate le esigenze dell'Ospite, l'Abruzzo, nella maggioranza dei casi, ha mirato a “mantenere posizioni” accorgendosi, solo oggi, che ciò ha significato trovarsi dietro a chi ne ha “guadagnate”.

COSA E' ACCADUTO IN EUROPA ...

Si sono sviluppate poche grandi

CATENE ALBERGHIERE con:

- Grandi capacità di investimento
- Altissimo livello di standardizzazione dei servizi
- Forte strutturazione di reparti interni alle aziende per la Formazione professionalizzante, indispensabile per poter gestire gli alti livelli di turn-over e preparare i nuovi ingressi.

... E IN CASA NOSTRA

In Italia, e segnatamente in Abruzzo, il tessuto ricettivo è contraddistinto da

PICCOLI E PICCOLISSIMI ALBERGHI

spesso a GESTIONE FAMILIARE

in cui il titolare vede troppo spesso l'albergo come fosse "casa sua"...

In queste strutture la parola "FORMAZIONE" non è mai entrata e spesso viene anche mal vista.

In molti casi la FORMAZIONE viene vista con...

- **Superiorità** (“io non ho bisogno che alcuno mi venga ad insegnare a casa mia...”)
- **Diffidenza** (“il consulente è solo uno che vuole arricchirsi alle mie spalle...”)
- **Superficialità** (“qui in fondo non c’è nulla da cambiare, è andato sempre tutto bene così!...”).

Questo approccio ha portato ad accumulare nel tempo errori gestionali oggi non più tollerabili.

Alcuni esempi.

COME GARANTIRSI UN FUTURO?

In un Mercato globalizzato in cui **la domanda** chiede sempre più qualità (soprattutto i mercati di nicchia) e **l'offerta** si è concentrata in poche e potenti mani esperte,

LE UNICHE CHANCES DI SOPRAVVIVENZA DELLE PICCOLE E PICCOLISSIME IMPRESE TURISTICHE PER IL FUTURO SONO DATE DA:

- **ADESIONE A CONSORZI DI PROMOZIONE**
- **FORMAZIONE CAPILLARE INTERNA**

E' LA VERA SFIDA DEI PROSSIMI ANNI

- Solo con un CONSORZIO di promozione infatti si riesce ad aggredire il Mercato con una “massa critica” significativa e, con piccoli investimenti dei singoli, si possono ottenere risultati apprezzabili per tutti.
- Solo con una FORMAZIONE capillare si riesce a creare una nuova cultura dell'accoglienza diffusa e consolidata, dando all'esterno un'immagine adeguata di questa terra d'Abruzzo, famosa oltre che per la sua “forza” anche per la sua “gentilezza”.

UN “CASE HISTORY”: L’ EBTU-ABRUZZO

- Che cos’è L’ENTE BILATERALE TURISMO ABRUZZO?

L’art. 20 del C.C.N.L. Turismo istituisce un versamento mensile obbligatorio dello 0,40% su paga base e contingenza, da utilizzare a fini formativi.

- A chi è diretta la Formazione?

A tutti i dipendenti delle aziende del Settore Turismo

- Chi gestisce i fondi della formazione?

Un comitato bilaterale (sindacati datoriali e dei lavoratori)

L'OFFERTA FORMATIVA NEL PRIMO ANNO DI ATTIVITA' DELL'ENTE BILATERALE

All'inizio l'EBTU ha iniziato ad operare mirando alla BASE della PIRAMIDE gerarchica aziendale, con l'obiettivo di colpire il più alto numero di interessati. Quindi si puntava ai “buchi” più evidenti del nostro sistema ricettivo: le LINGUE e l'uso del COMPUTER.

I CORSI NEL 2004

- **INGLESE e TEDESCO di I e II Livello**
- **L'USO DEL COMPUTER I – Windows e Word**
- **L'USO DEL COMPUTER II – Internet ed e-mail**



GLI SVILUPPI DAL 2004 AD OGGI

L'avvio delle attività aveva avuto un riscontro incoraggiante ma non esaltante.

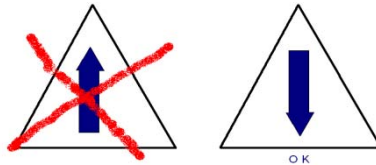
Questo ci ha spinto ad interrogarci su cosa fare per essere più incisivi.

Si è pensato, per l'area di formazione del settore ricettivo, ad un tavolo di "opinion leaders", distribuiti sul territorio, che analizzassero la problematica e ci formulassero delle proposte.

I RISULTATI DEL “BRAIN STORMING”

Gli incontri con gli albergatori hanno portato a concludere che, per ottenere risultati più apprezzabili bisognava:

- Abbandonare l'approccio bottom-up e seguire la logica TOP-DOWN



tentare, cioè, di formare la testa dell'azienda, quelle persone che hanno potere decisionale in albergo

- Avere uno Staff di Formatori di alto profilo che vengano dal settore alberghiero
- Proporre corsi molto finalizzati alla gestione concreta.

L'OFFERTA FORMATIVA NEL 2007

Ai corsi già esistenti si sono aggiunte le seguenti tipologie:

AREA RICEVIMENTO

- L'accoglienza del Cliente (I livello)
- Service Management – l'accoglienza del Cliente (II livello)

AREA CAMERE

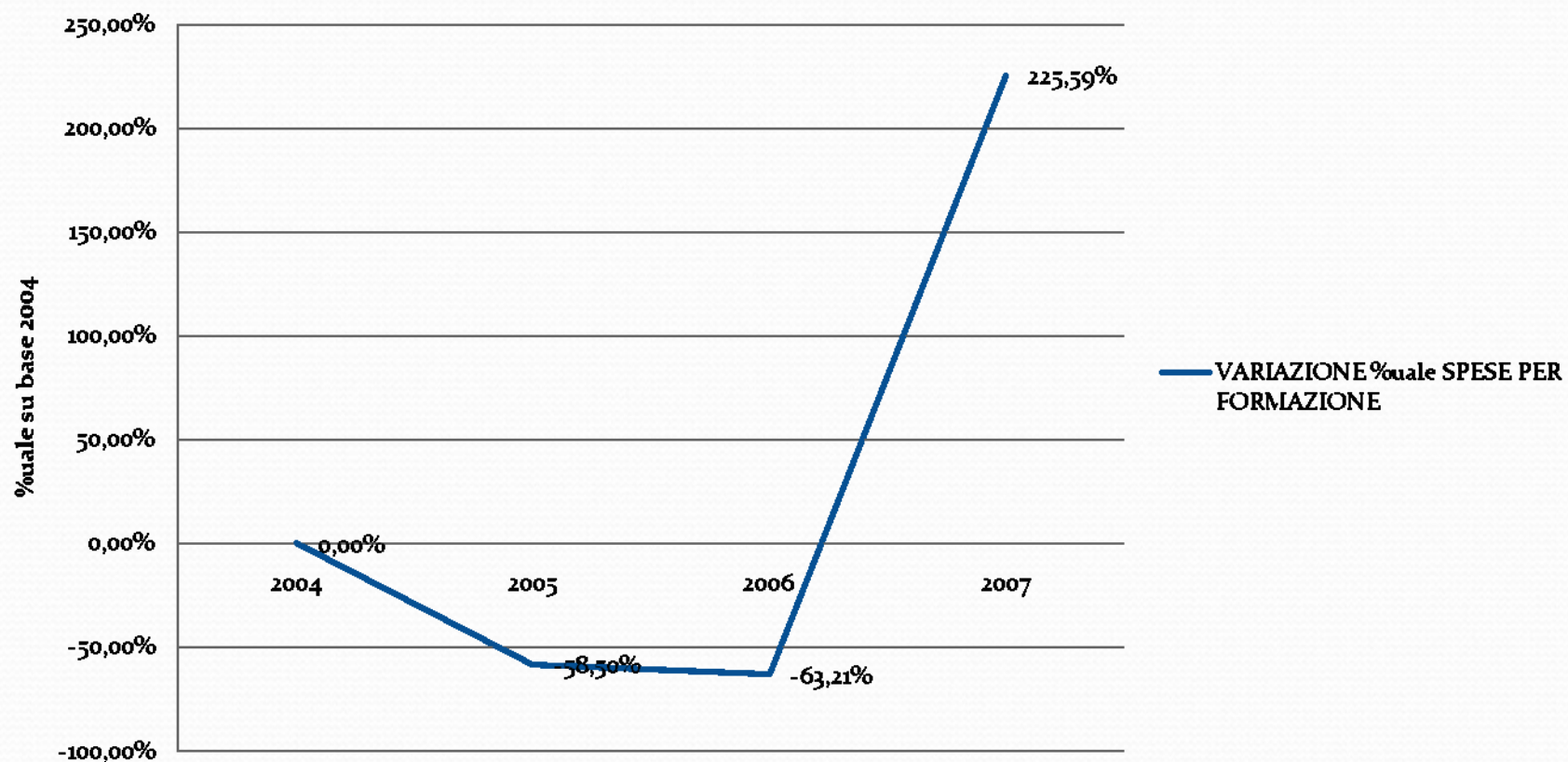
- Housekeeping Management (governanti e responsabili)

AREA RISTORAZIONE

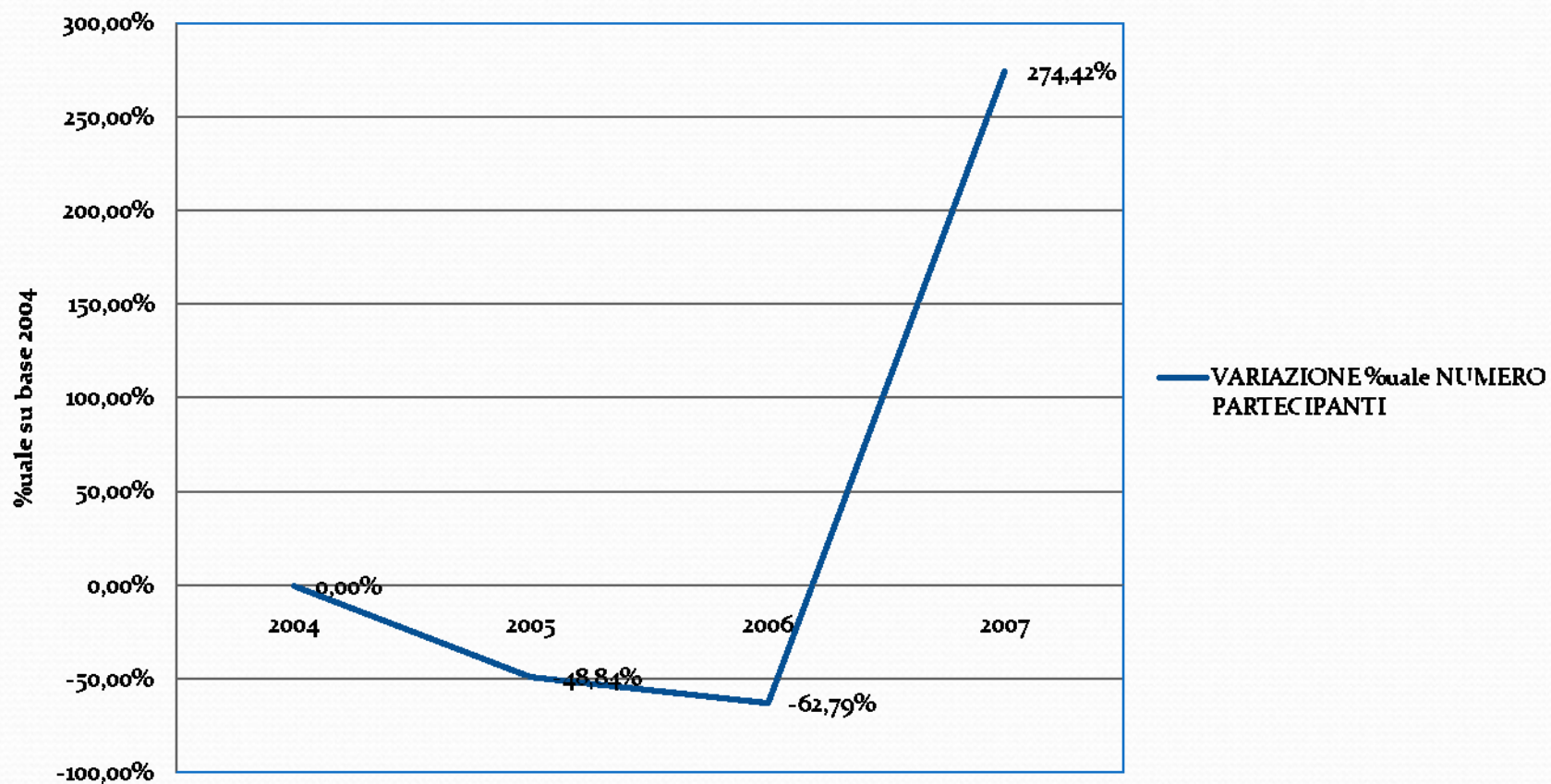
- Food & Beverage Management

PRIMI RISULTATI LUSINGHERI

VARIAZIONE %uale SPESE PER FORMAZIONE



VARIAZIONE %uale NUMERO PARTECIPANTI





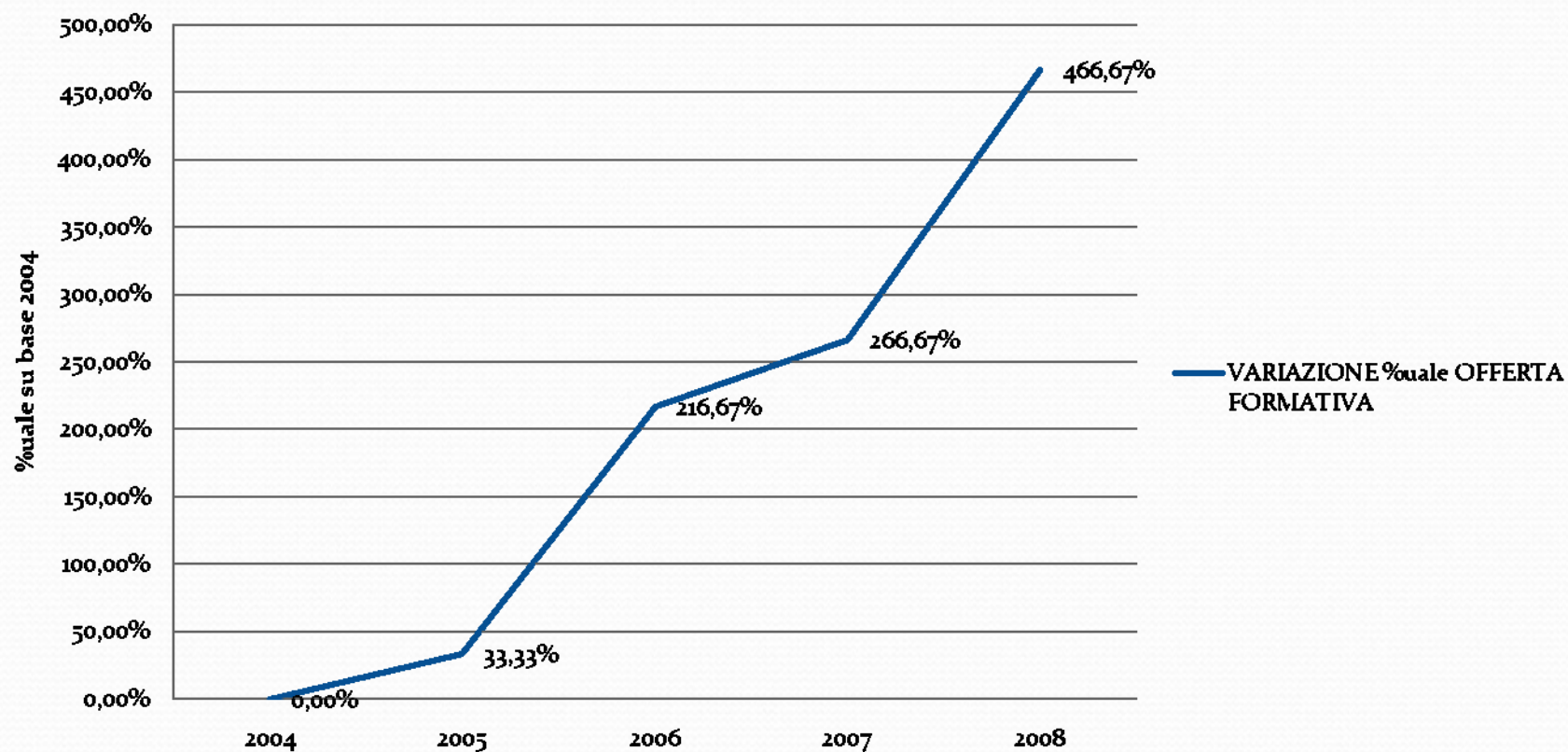
ULTIMI CORSI INTRODOTTI NEL 2008

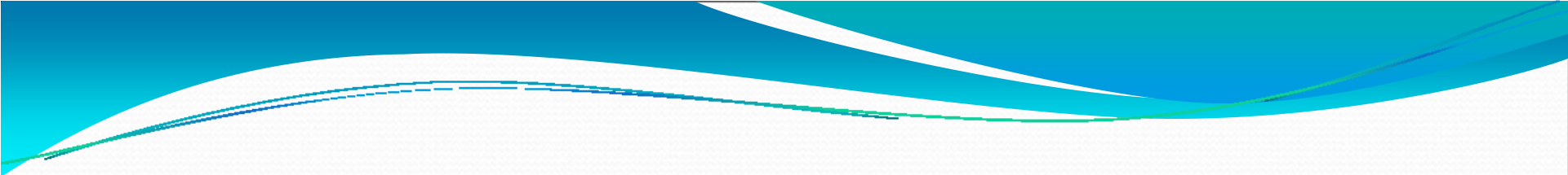
Vanno ad affiancarsi ai Corsi 2007 anche le seguenti tipologie:

- Tecniche comportamentali di esercizio della Leadership
- Il Revenue Management: come incrementare i ricavi aziendali
- Tecniche di Housekeeping (Addetti ai piani)
- Food & Beverage Assistant (barman e aiuto barman)
- Corsi di decorazione e di intaglio di frutta e verdura.

IL TREND DELL'OFFERTA 2008

VARIAZIONE %uale OFFERTA FORMATIVA





Anche se siamo molto lontani dal raggiungimento del vero obiettivo, arrivare cioè a tutti gli alberghi d'Abruzzo, i numeri ci dicono che abbiamo intrapreso una strada giusta....

..... che intendiamo percorrere!

Grazie per l'attenzione.