

Comunicato stampa

Costruire una carriera nel turismo: nuove professioni in un mercato in fermento

Channel Manager, All-line advertiser, Web analyst, E-reputation manager. Sono i nuovi professionisti del turismo. Più di tre milioni di occupati nel 2023 per un settore pronto ad accogliere soprattutto giovani con il talento per tecnologie e relazioni.

Bergamo, 31 luglio 2013 - Specializzarsi nelle lingue, tradizioni e culture dei mercati emergenti, e avere confidenza con le nuove tecnologie, sia con la progettazione tecnica, strutturale e grafica di un sito web, ma soprattutto con i motori di ricerca, con la gestione dei Social Network, con il monitoraggio delle web reputation aziendale e con il revenue management cioè con le raffinate strategie per ottimizzare i guadagni di un'azienda, riducendo i costi e massimizzando il fatturato.

Sono queste le competenze maggiormente richieste nel settore turistico, dove il numero degli occupati continuerà ad incrementarsi nei prossimi 10 anni. Secondo le stime più recenti, infatti, il numero degli occupati nell'industria turistica italiana è destinato a raggiungere quota 1.348.000 nel giro di un decennio, **superando la soglia del 5% sul totale**. E se si considera anche l'apporto indiretto e indotto determinato dal turismo anche in altri settori, come gli acquisiti dell'offerta e il food & beverage, il totale delle occupazioni generate nel 2012 salgono a quasi **il 12%, con 2.681.000 occupati, con una prospettiva al 2023 di più di 3 milioni**. (fonte wttc http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/italy2013_1.pdf), nonostante il previsto calo dell'1.1% del corrente anno.

A snocciolare questi dati in decisa controtendenza è **Roberta Garibaldi**, docente di Marketing Turistico all'Università di Bergamo e delegata per la Lombardia per la Società Italiana di Scienze del Turismo, autrice del libro "**Professioni del turismo: dalla tradizione all'innovazione**" (Franco Angeli, Milano, 2012).

Secondo Roberta Garibaldi il settore turistico, oltre a dimostrare una prospettiva di crescita occupazionale in decisa crescita, presenta caratteristiche particolarmente favorevoli per i **giovani**, in tutte le sue articolazioni, dalla ricettività alberghiera ai tour operator, fino alle nuove frontiere del web 2.0. Prima di tutto è un ambito dove le risorse umane sono insostituibili, anche con l'avanzare delle nuove tecnologie, che sono potenti alleati dei professionisti, ma non possono funzionare senza di loro. Dall'altro è un settore aperto anche a chi ha poca o nulla esperienza lavorativa, purchè con una buona formazione e specializzazione, e a chi non teme la flessibilità, vista la diffusa richiesta di lavoratori stagionali, capaci di accettare, con una buona pace dei più tradizionalisti, contratti atipici o part time. Ad attenderli magari non ci sarà il tanto agognato contratto a tempo indeterminato, ma un settore in fermento, che offre grandi opportunità di avviare un'attività autonoma, anche grazie alla diffusione di nuovi lavori come liberi professionisti.

Ma il campo più interessante per i giovani è rappresentato dalle **nuove tecnologie** da cui il settore turistico dipende in maniera sempre più visibile. Dagli intermediari turistici on line alle community di viaggio e ai siti che ogni struttura turistica oggi deve avere, molteplici sono le possibilità di lavoro legate a questo mondo. Se prima il web aveva una funzione prettamente informativa, oggi gli operatori presenti in rete si sono moltiplicati, arrivando, tramite i social media e l'avvento del web 2.0, alla creazione di vere e proprie communities, in cui gli utenti si ritrovano a discutere, dando giudizi tanto agli hotel quanto alle destinazioni, decretando con una nuova forma di micidiale passaparola il successo o il fallimento di strutture recettive e di intere imprese turistiche.

"L'innovazione tecnologica è stata alla base della nascita di vere e proprie nuove tipologie di imprese, le internet company, che hanno portato sul mercato business interessanti per gli utenti, ma anche per il mercato del lavoro – commenta Roberta Garibaldi –. Se pensiamo che oggi il 45% delle prenotazioni di viaggi è effettuato in rete e che per le compagnie aeree low cost le prenotazioni avvengono quasi totalmente on line, capiamo quanto i viaggiatori sono oggi abituati ad usare questo strumento. Il web influenza fortemente le scelte di destinazioni

e soprattutto strutture, i giudizi dati on line dai viaggiatori influenzano le scelte come il passaparola di un tempo nelle piazze di paese. Con un eco moltiplicato numerosissime volte. Il web 2.0 è un ottimo volano di promozione, ma impone alle aziende di mettersi in gioco in modo trasparente, e quindi di curare maggiormente la relazione col cliente che guida la soddisfazione del servizio.”

Pilastro degli intermediari turistici online sono le funzioni commerciali, che hanno il compito di spuntare le migliori condizioni economiche possibili per ciascun servizio, da rivendere poi online. Vi sono poi le funzioni tecniche, che permettono il funzionamento dei siti web, e la raccolta dei dati per l'elaborazione delle statistiche. Altre funzioni essenziali sono quelle editoriali e quelle legali, per il rispetto delle garanzie in materia di privacy, sicurezza delle transazioni e diritto d'autore. Infine ci sono le funzioni di customer care.

Esistono anche **profili professionali del tutto nuovi** e molto particolari, dove le competenze tecnico-informatiche, si uniscono a quelle specifiche del settore. È il caso dell'E-reputation manager, cioè colui che è in grado di vigilare sul passaparola in rete, del search engine optimizer, figura professionale che studia ed analizza l'indicizzazione per far risultare una pagina web rilevante per i motori di ricerca, del web analyst che interpreta le modalità di navigazione degli utenti per migliorare le performance di un sito, oppure del community manager, colui che si occupa della gestione delle comunità virtuali e delle reti sociali nelle quali sono presenti destinazioni turistiche ed operatori della ricettività. Grandi prospettive per il futuro attendono anche il consulente di viaggio, cioè un agente professionista che vende viaggi e vacanze supportato dalle nuove tecnologie, che va incontro alle esigenze del cliente visitandolo ovunque esso desideri. È quindi un consulente professionista e specializzato esperto nella proposta di vacanze su misura, sempre più richiesta nel settore turistico. Il turista oggi vuole vivere esperienze sul territorio, vuole assaporare la vita locale e quindi si affacciano figure professionali che accompagnano il turista a provare l'esperienza di "live like a local".

Le nuove professioni nel turismo

- **Channel Manager:** è la figura professionale che si occupa della gestione dei canali commerciali e di comunicazione dell'azienda, oltre che della reportistica prevista per il sito Internet aziendale al fine di estrarre ed analizzare i dati di performance delle campagne di marketing.
- **All-line advertiser:** corrisponde alla mente che costruisce le campagne dell'e-marketing. Ha la capacità di ideare la promozione dell'azienda all'interno della Rete e nasce dalla nuova esigenza di avere un collegamento diretto e costante con il potenziale cliente. Ha infatti il compito di tracciare la strategia di promozione dei prodotti dentro e fuori la rete, rendendo efficace qualsiasi campagna pubblicitaria, in particolare di medio e lungo termine.
- **Web analyst:** interpreta le modalità di navigazione degli utenti per poterle trasformare in strategia. È una figura chiamata a raccogliere, analizzare ed interpretare tutti i risultati con l'obiettivo di migliorare le performance di un sito web o di un'azione online.
- **E-reputation manager:** è colui che è in grado di vigilare sul passaparola in rete, interpretandone gli elementi linguistici e semantici. È quindi il responsabile dell'analisi e della gestione strategica delle conversazioni, con il principale compito di monitorare la politica pubblicitaria per conto dell'azienda o dell'ente per il quale lavora.
- **SEO - Search engine optimizer:** studia e analizza l'indicizzazione di differenti siti web sui motori di ricerca per far risultare una pagina web accattivante agli occhi di tutti i search engines, facendola quindi apparire come rilevante per i motori di ricerca e le altre piattaforme sociali sulle quali è possibile sviluppare delle tecniche di ottimizzazione.
- **Transmedia web editor:** si occupa della gestione e dello sviluppo dei contenuti delle pagine web. Deve organizzare gli articoli testuali, gli aggiornamenti multimediali e qualsiasi altra fonte di informazione che possa essere usufruibile da un numero potenzialmente illimitato di utenti del web. Fondamentale risulta essere la sua capacità di interagire con gli utenti al fine di riuscire a creare un dibattito su quanto pubblicato.
- **Community manager:** è la figura professionale che si occupa della gestione delle comunità virtuali e delle reti sociali nelle quali sono presenti destinazioni turistiche ed operatori della ricettività. Le finalità sono per lo più commerciali e di marketing, le quali permettano di porre un'attenzione concreta al corretto sviluppo della reputazione online.
- **Content curator:** è il professionista che seleziona le fonti dei differenti media per poi aggregarle, con lo scopo preciso di dare un senso ai contenuti creati da altri. Tale figura professionale è quindi impegnata a esaminare approfonditamente il web in cerca di fonti e notizie che possano essere poi filtrate e selezionate a seconda degli scopi aziendali.

□ **Consulente di viaggio:** è una delle professioni emergenti nel mondo del turismo, evoluzione della figura classica dell'agente di viaggio, con un taglio più consulenziale e meno legato all'agenzia fisica. È un agente di viaggio professionista che vende viaggi e vacanze supportato dalle nuove tecnologie. È quindi un consulente professionista e specializzato, esperto nella proposta di vacanze su misura, sempre più richiesta nel settore turistico. L'elemento vincente sta nell'offerta di una consulenza qualificata, in grado di offrire viaggi innovativi e su misura, differenti da quelli proposti nei cataloghi dei tour operator.

Roberta Garibaldi è ricercatore e professore aggregato di Marketing e Marketing turistico all'Università degli Studi di Bergamo. Considerata tra le principali esperte di turismo in Lombardia, è membro del CeSTIT (Centro Studi per il Turismo e l'Interpretazione del Territorio) dell'Università di Bergamo. Per il Comune di Bergamo coordina l'insieme dei progetti turistici. Ha maturato molteplici esperienze di consulenza e di formazione per enti, istituzioni e imprese del settore. È autrice di decine di pubblicazioni, tra cui "Economia e gestione delle imprese turistiche" (Hoepli, 2008), "Professioni del turismo tra tendenze e mutamenti" (Franco Angeli, Milano, 2008) e "**Professioni del turismo: dalla tradizione all'innovazione. Intermediazione e accomodation**" (Franco Angeli, Milano, 2012).

Per ulteriori informazioni www.robtagaribaldi.it

Ufficio Stampa

Claudia Rota

Cell. 348 5100463 claudia.rota@dscitalia.net