

SETTORE STRATEGICO**LE LACUNE** Prezzi alti, scarsa promozione e carenza di servizi sono i punti deboli del sistema lariano evidenziati dalla ricerca**LE ECCELLENZE** Tra i fattori di attrazione sono in crescita la natura e la montagna lariane ma anche l'enogastronomia

Il turismo non investe in formazione Nelle assunzioni vince il passaparola

*Secondo **l'Isnart** gli operatori avrebbero bisogno di costante aggiornamento
Ma occorre lavorare di più anche su infrastrutture, servizi e promozione*

Prezzi alti, scarsa promozione e carenza di servizi sono i punti deboli del "Sistema turistico del Lago di Como", che soffre poi anche per la mancanza di professionalità e formazione del personale. Il 64% dei lavoratori del settore sono assunti tramite il passaparola e, secondo gli imprenditori, avrebbero bisogno di corsi di aggiornamento e di lezioni di inglese e informatica.

L'identikit dei bisogni e delle opportunità di sviluppo delle imprese turistiche è stato illustrato ieri da Flavia Coccia, direttore operativo dell'Istituto Nazionale Ricerche Turistiche (**Isnart**) durante un convegno mirato organizzato dalle Camere di Commercio di Como e Lecco. I dati sono il risultato di un'indagine che ha

coinvolto cento operatori turistici delle due province tra luglio e settembre di quest'anno.

«La realtà imprenditoriale del Sistema turistico lariano - sotto linea la ricercatrice - sembra cercare un nuovo equilibrio tra spe-

cializzazione dei servizi e diversificazione dell'offerta. Gli imprenditori individuano con precisione nella ricerca della qualità l'elemento che può influire sul successo, ma non sembrano aver tradotto questa ricerca dell'eccellenza in attività concrete».

Un esempio su tutti riguarda il personale e la formazione. Nella graduatoria dei fattori di successo indicati dagli operatori compare al primo posto la qualità delle strutture ricettive, seguita dalla forte specializzazione e dalla formazione qualificata del personale. Nonostante questo, il 40% degli intervistati non effettua corsi di aggiornamento per i propri dipendenti; ben il 64% delle assunzioni avviene tramite passaparola e solo nel 30% dei casi dalla selezione dei curricula ricevuti.

«Gli imprenditori indicano nella mancanza di professionalità e di formazione specializzata le difficoltà principali che incontrano nel reclutamento del personale - aggiunge Flavia Coccia - Nella

maggior parte dei casi il requisito è l'esperienza sul campo e solo il 16% delle aziende turistiche richiede una formazione ad hoc».

Dito puntato però anche contro la carenza di infrastrutture e soprattutto contro la scarsa promozione del territorio. Il 30% degli

operatori turistici denuncia la carenza di collegamenti viari, mentre il 25% invoca una maggiore animazione e chiede più eventi e manifestazioni, soprattutto per i giovani. Tra i principali punti di debolezza del sistema, gli imprenditori indicano poi la mancanza di promozione e la carenza di servizi. Problemi ai quali si aggiungono anche i prezzi troppo elevati, soprattutto in alcune zone del lago.

Uno sguardo infine ai cavalli di battaglia del Lario. Se è scontato il primato assoluto del lago, tra i fattori di attrazione turistica sono in crescita la natura e la montagna lariane ma anche l'enogastronomia. In ascesa i visitatori che approdano a Como per congressi e motivi d'affari.

Anna Campaniello

Turisti all'imbarcadero di piazza Cavour a Como. Sul Lario gli operatori di altri ambiti del settore hanno difficoltà a trovare personale qualificato (foto Mattia Vacca)



PERSONALE "FAI-DA-TE"

64%

Il passaparola è il metodo più diffuso, con il 64% delle risposte, per la ricerca del personale

16%

Solo il 16% richiede formazione professionale e specialistica di alto livello

37%

Solo il 37% delle imprese avverte la necessità di formazione, su tutte le agenzie viaggi e le guide

POCHI GLI SPECIALIZZATI

Gli imprenditori indicano nella mancanza di professionalità e di formazione specializzata le due difficoltà principali che incontrano nel reclutamento del personale, seguite da una presenza ridotta di forza lavoro e dall'elevato turnover legato alla stagionalità

CONTA L'ESPERIENZA

L'aggiornamento non è una prassi consolidata né particolarmente diffusa: ben 40 imprese sulle 100 intervistate dichiarano di non effettuare corsi di aggiornamento dei propri operatori, in particolare nei campeggi e villaggi turistici e negli alberghi

FORMAZIONE SCARSA

I corsi di aggiornamento sono uno strumento di cui si avvalgono quasi esclusivamente le agenzie di viaggio, probabilmente perché più legate a tecniche e strumenti innovativi nella gestione. Campeggi e villaggi invece non ritengono utile investire nella formazione

SETTORE STRATEGICO

Il turismo non investe in formazione. Nelle assunzioni vince il passaparola

IMMOBILIARE IL BORGO EUROPA 90 S.R.L. INTROBIO

349.08.01.238
335.81.52.878