

Il *Rapporto sul turismo italiano* costituisce il principale documento di economia e politica del turismo per la sua continuità nel tempo e per l'ampiezza e la qualità dei temi trattati.

Realizzato per la prima volta nel 1984 da una idea del Prof. Piero Barucci e da lui coordinato insieme ad Emilio Becheri, attuale responsabile, è giunto nel 2009 alla sedicesima edizione; da quest'anno tornerà ad assumere il carattere di una pubblicazione annuale.

Il "rapporto" è stato ed è punto di riferimento per il turismo in Italia, enucleando teorie e categorie che sono divenute patrimonio comune, come il passaggio dalla concezione di turismo a quella dei turismi; la realizzazione di uno schema sull'evoluzione delle vacanze in Italia, aggiornato più volte; l'analisi delle spese regionali per il turismo; il paradosso della stagionalità del Mezzogiorno e quello dei beni culturali; lo scarso appeal di questa area non solo per gli stranieri, ma anche per gli italiani; la valutazione sulla competitività internazionale; la sindrome di H. Hesse; la stima del posizionamento prioritario del comparto nell'economia nazionale; internet come nuova logica del mercato; la teoria del mercato reale e immaginario... e altre.

Il Rapporto 2008-2009, articolato in quattro parti (Statistiche ed economia; Imprese e servizi; Turismi, prodotti e competitività; Istituzioni e turismo) con le considerazioni finali ed un'ampio speciale dedicato a Milano Expo 2015, evidenzia i grandi cambiamenti del mercato del turismo con riferimento al posizionamento dell'Italia ed alle prospettive di sviluppo ipotizzando alcuni strumenti per recuperare quel gap oggi esistente fra l'attività delle istituzioni e quella delle imprese.

Mercury Srl (Firenze) è una delle maggiori società di ricerca e di promozione del turismo e dei beni culturali. Dal 1991 pubblica la rivista scientifica *Turistica*, trimestrale di *economia, marketing e management*. Oltre al *Rapporto sul turismo italiano* ne pubblica diversi altri quali quelli sul sistema alberghiero, sulla intermediazione turistica, sul sistema termale e del benessere, sul turismo all'aria aperta, sugli incentives, sulle abitazioni per vacanza, ecc. Gestisce alcuni osservatori statistico-motivazionali e pubblica studi regionali e locali, nonché di filiera e di prodotto. Svolge attività di consulenza per istituzioni e imprese italiane ed estere.



€ 85,00

ISBN 978-88-568-1207-7



136531 Mercury RAPPORTO SUL TURISMO ITALIANO 2008-2009

Patrocinio



Ministro del Turismo

2008

RAPPORTO SUL TURISMO ITALIANO

2009

a cura di Emilio Becheri

Patrocinio



Camera dei Deputati



Senato della Repubblica

Osservatorio Parlamentare per il Turismo

FrancoAngeli

Mercury
STRATEGIE PER IL TURISMO

39 TOURISM LEARNING AREAS: EVOLUZIONE E SPERIMENTAZIONE¹

1. Introduzione: il binomio turismo e occupazione

Nell'ultimo decennio a livello europeo si sono compiuti progressi significativi in tema di semplificazione della normativa applicabile alle imprese. Le raccomandazioni elaborate dalla BEST (*Business Environment Simplification Task Force - "Semplificazione del contesto delle imprese"*) hanno incontrato una favorevole accoglienza e la loro attuazione a livello nazionale e regionale sarebbe di grande beneficio per lo sviluppo delle imprese turistiche che hanno tuttavia specifiche esigenze (specialmente per quanto riguarda l'armonizzazione tributaria e l'efficace funzionamento del mercato unico europeo).

Migliorare la posizione concorrenziale delle PMI che rappresentano la grande maggioranza delle imprese turistiche risulta essere di straordinaria importanza per sviluppare l'intera industria. La proposta "Agenda 2010 - Quadro per interventi a sostegno delle PMI in campo turistico", redatta nell'ambito della Conferenza europea tenutasi a Llandudno (Galles) nel maggio 1998, già conteneva valide linee guida per quanto riguarda gli interventi prioritari, ad esempio nel campo della formazione, della tecnologia dell'informazione o della cooperazione settoriale tra e con PMI (aspetti presi in considerazione nell'intento di integrare al meglio le PMI del settore turistico nel filone principale della politica delle imprese intrapresa dalla Commissione europea).

L'impulso dato dalla Conferenza europea sul turismo e l'occupazione organizzata dalla presidenza lussemburghese e dalla Commissione nel novembre 1997 aveva segnato l'inizio di un rinnovato sforzo di analisi dell'importante contributo che il turismo può offrire alla soluzione dei grandi problemi che l'Europa si trovava ad affrontare alla vigilia del XXI secolo.

Grazie alla sua capacità di rafforzare la coesione tra le regioni europee, comprese quelle situate alla periferia dell'Unione, per le quali rappresenta spesso la principale fonte di reddito e di occupazione, il turismo riveste un ruolo essenziale nell'integrazione delle economie delle regioni europee e nella valorizzazione delle loro risorse culturali e naturali.

Il concorso di molteplici fattori offre nuove opportunità di mercato alle imprese europee, in particolare alle PMI, contribuendo ad avvicinare i cittadini europei e ad accomunare i valori.

In tale contesto², particolare importanza veniva riconosciuta al rapporto tra turismo e

¹ A cura di Cosimo Notarstefano, *Polo Euromediterraneo Jean Monnet*, DG EAC Commissione europea (Programma LLP-Jean Monnet), *Jean Monnet Professor of Diritto dell'Unione Europea e Legislazione del Turismo* (Università degli Studi del Salento - Bergamo - Bari).

² Nella riunione del 26 novembre 1997 il Consiglio dei ministri (del turismo) confermava che uno sviluppo equilibrato e sostenibile del turismo europeo può contribuire in maniera sostanziale alla lotta contro la disoccupazione negli Stati membri. Prendendo atto dei risultati della Conferenza europea sull'occupazione e sul turismo del 4 e 5 novembre 1997, svoltasi sotto gli auspici della presidenza lussemburghese, il Consiglio invitava la Commissione europea ad esaminare ulteriormente la questione e a presentare una relazione sui progressi realizzati.

occupazione che è ormai diventato uno dei temi centrali dell'agenda delle istituzioni comunitarie.

Dal 1999 le tappe di questo processo sono state:

- la comunicazione della Commissione "Rafforzare il potenziale del turismo per l'occupazione" del 28 aprile 1999³;
- le conclusioni sul turismo e l'occupazione approvate dal Consiglio dei ministri (Mercato interno) del 21 giugno 1999;
- il seguito dato a queste conclusioni nell'ambito della cooperazione tra la Commissione europea e gli Stati membri⁴.

L'istituzione del Gruppo ad alto livello sul turismo e l'occupazione all'inizio del 1998, sotto l'autorità della Commissione e in consultazione con gli Stati membri, e la presentazione delle conclusioni e delle raccomandazioni del Gruppo nell'ottobre 1998 hanno segnato la conclusione di una prima importante fase della risposta alla richiesta del Consiglio, che ha permesso di:

- valutare realisticamente le possibilità di creare occupazione in settori specifici correlati ai servizi turistici;
- analizzare i principali elementi di forza e di debolezza del mercato del lavoro europeo nel settore turistico;
- realizzare uno studio strategico delle condizioni richieste e delle risorse e dei mezzi da impiegare per rafforzare la competitività e migliorare la qualità dell'occupazione grazie al turismo, nonché raccomandazioni pratiche rivolte alle parti interessate.

Le raccomandazioni formulate dal Gruppo di alto livello erano rivolte alle parti sociali (e in particolare alle imprese), alle autorità pubbliche e ai servizi di sviluppo e promozione del turismo, all'Unione europea e, in relazione agli orientamenti⁵ per l'azione delineati dalle imprese e dai pubblici poteri a vari livelli, si giungeva alla formulazione di numerose raccomandazioni⁶ miranti a:

1. incoraggiare le imprese turistiche a soddisfare le esigenze della clientela;
2. rendere più efficiente il mercato del turismo migliorando il contesto in cui operano le imprese;
3. modernizzare e rendere più efficienti le infrastrutture del turismo;
4. valorizzare le risorse umane nel turismo;
5. incoraggiare lo sviluppo sostenibile del turismo;
6. dare al turismo europeo il riconoscimento politico/istituzionale che merita in quanto settore di primo piano.

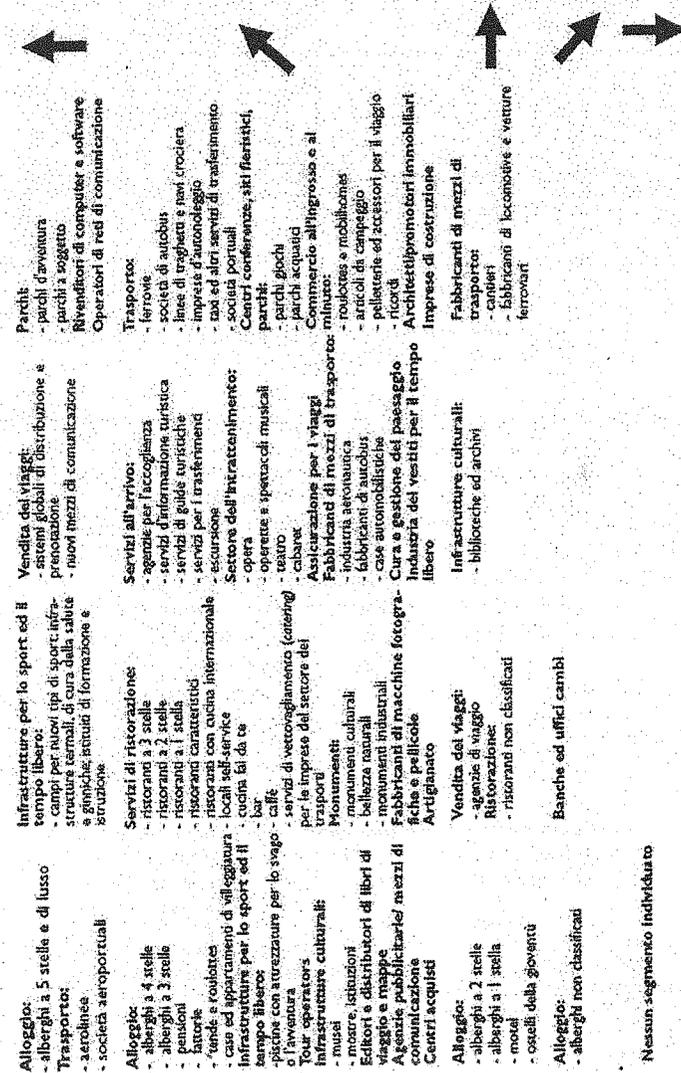
³ COM(1999) 205 def. - GUCE C 178 del 23.6.99, p.3.

⁴ Relazione "Stato d'avanzamento del seguito dato alle conclusioni del Consiglio relative a "Turismo e Occupazione", COM(2000) 696 def. del 7.11.2000.

⁵ Le azioni intraprese sono state approvate in occasione di un seminario speciale dei ministri del turismo, organizzato dalla presidenza francese del Consiglio a Lilla il 22 novembre 2000 e sono state presentate al Consiglio "Mercato Interno" del 30 novembre 2000.

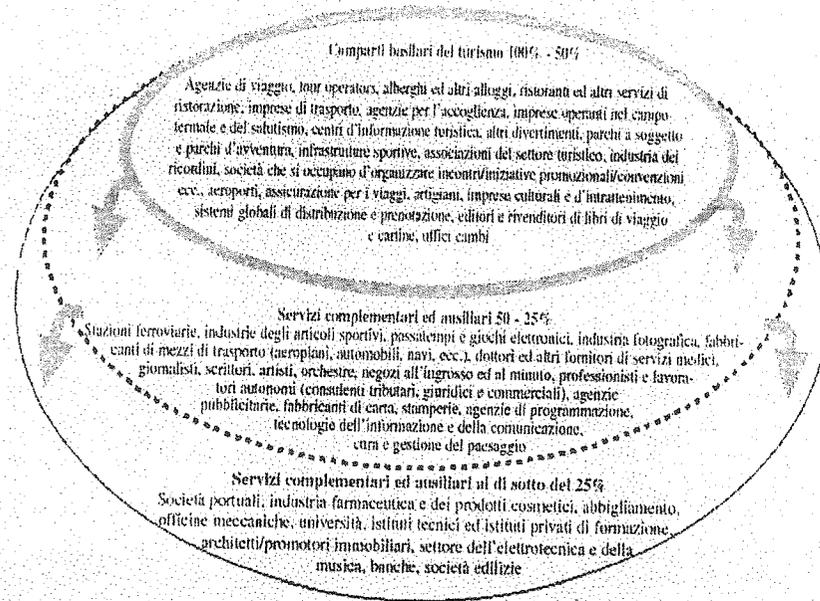
⁶ *Turismo europeo - Nuovi partenariati per l'occupazione: Conclusioni e raccomandazioni del Gruppo ad alto livello sul turismo e l'occupazione*, ottobre 1998.

Fig.1 - Valutazione sulle prospettive di crescita dei comparti sul turismo europeo fino al 2010



Fonte: Valutazione compiuta dai membri del gruppo ad alto livello.

Fig.2 - Parte di fatturato generato dal turismo



Fonte: Turismo europeo - Nuovi partenariati per l'occupazione: conclusioni e raccomandazioni del Gruppo ad alto livello sul turismo e l'occupazione, 1998, p. 9.

La rapida e continua evoluzione delle preferenze e dei profili caratteristici dei turisti, della struttura organizzativa delle imprese turistiche, delle applicazioni della tecnologia dell'informazione ha ripercussioni di rilievo sulla natura qualitativa e quantitativa dell'occupazione nel turismo europeo.

Si stanno verificando adeguamenti⁷ considerevoli di cruciale importanza per incrementare la concorrenzialità nel settore turistico europeo tali da determinare rilevanti cambiamenti nel mercato del lavoro del settore turistico (tra cui la ridefinizione delle mansioni più basilari, la banalizzazione di mansioni operative in alcuni subcomparti, la rivalorizzazione di qualifiche e specializzazioni, specie in imprese di grandi dimensioni, organizzazioni turistiche e servizi complementari, la definizione di nuovi profili professionali per soddisfare esigenze e preferenze dei turisti).

La diversità delle qualifiche richieste a chi desidera e sia in grado di lavorare nel campo del

turismo comporta implicazioni di rilievo per l'offerta di qualifiche in questo campo in termini di natura, gamma ed organizzazione⁸.

Dal punto di vista della domanda le principali ripercussioni sulle modalità d'assunzione sono costituite dal grado di stagionalità e da altre forme di variabilità della domanda che, con poche eccezioni, valgono per l'intero settore. Il turismo ha difficoltà a fornire tutto l'anno un'occupazione soddisfacente e sostenibile all'intera forza lavoro dell'alta stagione. Ciò ha a sua volta importanti ripercussioni sulla qualità del lavoro offerto e sugli investimenti che datori di lavoro e dipendenti sono disposti a fare per migliorare le proprie capacità e qualifiche.

In risposta alla relazione del Gruppo ad alto livello, la comunicazione della Commissione "Rafforzare il potenziale del turismo per l'occupazione" del 28 aprile 1999 metteva in rilievo il legame tra il turismo e l'occupazione, conformemente alla necessità di dare un orientamento comune alle politiche dell'occupazione a livello europeo (individuando misure con riferimento a settori d'attività specifici che potrebbero essere meglio utilizzati grazie alle possibilità offerte in vari casi da programmi, iniziative e politiche a livello UE).

Tale comunicazione sosteneva che un'azione efficace nel campo del turismo europeo avrebbe dovuto in primis:

- determinare meglio le priorità politiche;
- essere basata sulla conoscenza, per sfruttare meglio le informazioni esistenti, acquisire e sviluppare "know-how", mettere a punto nuovi processi e imparare dalle migliori pratiche;
- creare una rete d'osservazione in linea del turismo;
- essere rafforzata in un quadro di consultazione e di cooperazione (ad esempio, mediante un comitato consultivo del turismo europeo), che stimolerebbe le imprese, i pubblici poteri e le altre parti interessate ad agire con coerenza;
- facilitare l'integrazione delle legittime preoccupazioni del turismo ai vari livelli del processo decisionale, in particolare nelle politiche comunitarie;
- accrescere l'efficacia in rapporto ai costi del contributo della Comunità al miglioramento della competitività e della sostenibilità del turismo europeo; facilitare l'identificazione e l'eliminazione degli ostacoli allo sviluppo turistico; favorire l'ammodernamento dei servizi collegati al turismo e lo sviluppo di una nuova cultura imprenditoriale in questo settore.

Le stesse conclusioni sul turismo e l'occupazione approvate dal Consiglio dei ministri (Mercato interno) del 21 giugno 1999 intendevano perseguire tali orientamenti al fine di:

- facilitare lo scambio e la diffusione di informazioni, in particolare mediante le nuove tecnologie;
- migliorare la formazione per accrescere la professionalità nel settore del turismo;
- migliorare la qualità dei prodotti turistici;
- promuovere la tutela dell'ambiente e lo sviluppo sostenibile nel turismo.

All'inizio del 2000, furono istituiti dei gruppi di lavoro, ciascuno con un mandato preciso

⁷ Op. cit., "Il trasferimento dell'attività lavorativa dai tradizionali settori di base a imprese e fornitori del terziario in posizione ancillare può stare ad indicare che le industrie di punta del settore stanno compiendo investimenti e sfruttando le alleanze strategiche, che rivestono un'importanza fondamentale per il rinnovamento dei prodotti turistici europei. Esso inoltre dimostra parimenti come le imprese innovatrici nel settore del turismo adottino sempre più spesso moderni strumenti di gestione strategica quali il ricorso a terzi per alcuni prodotti di base (outsourcing) ed alleanze per acquisizioni/produzione/commercializzazione. Il ricorso a queste strategie può venir visto come una risposta imprenditoriale a seri problemi di portata europea nel conservare il personale qualificato del settore turistico, problemi connessi con la stagionalità, il modesto livello salariale e il limitato prestigio di alcune mansioni. In assenza tuttavia d'iniziativa comuni che mobilitino i diversi livelli di responsabilità del settore pubblico e la maggiore esperienza delle imprese più grandi od innovative, le PMI del settore turistico e le località turistiche tradizionali (fortemente sensibili alla stagionalità) si vedrebbero esposte al rischio di una triplice fuga: dei cervelli, delle competenze e dei capitali."

⁸ Op. cit., "Nel settore turistico gli investimenti e l'innovazione nel campo delle risorse umane rivestono un'importanza almeno pari a quella di altri tipi d'investimento. Alcuni chiari esempi d'investimenti coronati dal successo in imprese connesse al turismo dimostrano che l'aumento misurabile dei profitti dovuto al miglioramento qualitativo del servizio e ad una riduzione dei costi può risultare pari al triplo degli investimenti compiuti nella formazione. L'esigenza di flessibilità quanto al numero dei dipendenti andrebbe collegata al grado d'apertura che presentano alcuni segmenti del mercato del lavoro per offrire condizioni flessibili di lavoro in cambio di compensi non tradizionali." Inoltre, "mentre il turismo dovrebbe essere considerato un partner ideale per questo processo, il suo contributo all'occupazione è stato raramente esaminato a fondo e in tutti i suoi aspetti. Questo è tanto più deplorabile in quanto il turismo ha un'incidenza su numerose attività economiche in tutte le regioni d'Europa e richiede investimenti considerevoli di risorse umane. Il fatto che il turismo sia un settore frammentato, costituito da un gran numero di piccole imprese, e che non goda quindi di un'identità settoriale chiaramente definita spiega in parte perché la sua importanza nella creazione d'occupazione tenda ad essere trascurata."

delineato dalla Commissione europea e dagli Stati membri che cooperavano in seno al Comitato consultivo per il settore del turismo⁹.

I quattro gruppi organizzarono le rispettive attività in stretta correlazione e con diretto riferimento ai quattro temi indicati dal Consiglio e di cui erano stati definiti i mandati.

- Gruppo A: facilitare scambio e diffusione di informazioni, specie mediante nuove tecnologie;
- Gruppo B: migliorare la formazione per professionalizzare maggiormente il settore turistico;
- Gruppo C: migliorare la qualità dei prodotti turistici;
- Gruppo D: promuovere la tutela dell'ambiente e lo sviluppo sostenibile in materia di turismo.

La riflessione sugli orientamenti e la definizione delle azioni prioritarie sono state condotte, per ciascuna tematica, all'interno dei gruppi di lavoro. L'apertura della partecipazione¹⁰ all'insieme degli operatori turistici europei ha consentito di raccogliere, molto presto nel processo di definizione degli orientamenti e delle misure per il futuro del turismo europeo, il punto di vista dell'insieme degli operatori coinvolti. Inoltre, si avvertì l'istituzione di un quinto gruppo di lavoro incaricato di esaminare "l'impatto e l'utilizzazione dei servizi basati sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione nel settore del turismo".

Quindi, secondo l'approccio strategico intrapreso, l'obiettivo stabilito dal processo "turismo e occupazione" è diventato quello di creare le condizioni e fornire gli elementi per un turismo sostenibile di qualità e imprese turistiche europee competitive.

La strategia per conseguire tale obiettivo poggia su un articolato insieme di componenti, tra cui le principali indicazioni che si possono annoverare prevedono di:

- seguire un approccio basato sulle conoscenze, vale a dire sfruttare le informazioni esistenti, acquisire e sviluppare il *know-how*, innovare mettendo a punto nuove procedure e sfruttare le migliori esperienze. Questo richiede anche una migliore comprensione dell'organizzazione degli operatori, delle relazioni e interdipendenze esistenti tra di loro;
- agevolare l'adeguamento del settore e delle sue imprese alle evoluzioni del mercato: tale adeguamento richiede un'evoluzione dell'offerta turistica, della qualità dei prodotti, della disponibilità delle risorse umane competenti e dei metodi di gestione delle imprese aggiornati, tenendo in particolare conto dei fabbisogni delle PMI;
- utilizzare tutte le politiche e gli strumenti ai diversi livelli che possano avere un impatto sul turismo: questo presuppone di seguire, valutare e gestire il loro impatto sul turismo e di contribuire ad integrare le questioni del turismo nelle diverse politiche interessate;
- attuare un numero limitato di misure, di disposizioni e di strumenti che rispondano alle tematiche prioritarie;
- definire, con tutti gli operatori, gli obiettivi da conseguire, i calendari di attuazione e i costi delle suddette misure;
- accelerare la transizione da parte di organismi, amministrazioni e imprese del turismo

⁹ Essi erano costituiti da esperti nominati dagli Stati membri in funzione del loro campo di competenza e da esperti dei servizi della Commissione in funzione delle tematiche trattate. Per ogni gruppo di lavoro uno Stato membro ha volontariamente messo a disposizione un relatore.

¹⁰ I rapporti finali dei gruppi di lavoro sono stati compilati dai relatori designati, sulla base dei contributi degli altri membri del gruppo e dei diversi dibattiti. Tali rapporti sono stati trasmessi agli Stati membri, nonché alle associazioni professionali del turismo e della società civile interessate, nel luglio 2001. Una riunione del Comitato consultivo del turismo, tenutasi il 5 settembre 2001, aperta alle associazioni, ha loro consentito di presentare le proprie osservazioni sui risultati dei gruppi, nonché sugli orientamenti e sulle misure proposte.

verso la società dell'informazione e promuovere l'utilizzazione di quegli strumenti e servizi basati sulle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, incluso il loro collegamento in rete.

Fig.3 - Fattori che influenzano la formazione nel settore turistico e analisi dei bisogni formativi.

Factors which could affect learning in the Tourist industry (distilled from the Country Reports-not listed in order of priority)			
1. Employment vacancies	8. Poor perception and image of tourism	17. Technology	23. Changes in organisational culture and the evolution of the nature of work
2. Staff turnover	9. Career perspectives	18. Industry complexity	24. Motivation behind access to tourism as a job
3. Staff recruitment and retention	10. Labour shortage	19. Limited size of the enterprise	25. Globalised tourism markets and evolution of the nature of demand for services
4. Seasonality	11. Skills gaps	20. Lack of specialist trainers with experience in the sector	26. Vertical and horizontal integration processes
5. Employment of foreign nationals	12. There is not a high level of off-the-job training of staff	21. Poor quality training and overproduction of candidates/ diplomas	
6. Work conditions	13. Relevance of qualifications	22. Fierce competition	
7. Financial resources	14. Low level of education of the workforce		
	15. Wage inflation		
	16. Productivity		

Learning needs on the Tourist sector by labour categories				
All categories	Managers	Supervisors	Skilled craft workforce	Semi-skilled
	(Training needs all categories +)	(Training needs all categories +)	(Training needs all categories +)	(Training needs all categories +)
<ul style="list-style-type: none"> - Tourism - New technologies - Quality - Customer Care - Reception skills - Communications - Languages - Cross Cultural understanding - Team work - Project work - Sustainable development - Entrepreneurship - Safety and security within tourism enterprises - First Aid 	<ul style="list-style-type: none"> - Computer skills - Business Planning/strategic planning - Strategic Alliances - Management Skills - Management through vision and values - Yield Management - Accounting - Product development, innovation - Marketing - Sales - Human Resource Management - Destination management - Project management - Management skills to cope with the globalisation reality - Train the Trainer - Change Management 	<ul style="list-style-type: none"> - Basic Computer skills - Human Resource Management - Hygiene/Haccp - Accounting - Supervision skills - Training skills 	<ul style="list-style-type: none"> - Personal skills - Problem solving - Basic computer skills - Induction training 	<ul style="list-style-type: none"> - Personal skills - Technical skills (bar, kitchen, restaurant, cleaning,) - In-house-training - House-keeping training - Induction training

Fonte: "Improving training in order to upgrade skill in the tourism industry", Follow-up given to the Council Conclusions of 21 June 1999, June, 2001, Working Group B - Tourism and Employment, Rapporteur Jens Fris Jeansen, p. 26.

2. Tourism learning areas: excursus istituzionale e esempi di sperimentazione

I risultati finali e le considerazioni elaborate nel rapporto finale redatto dal Gruppo di lavoro B11 - *Migliorare la formazione ai fini di una maggiore professionalizzazione del settore turistico*, evidenziarono che i principali fabbisogni in materia di formazione rilevano che il turismo è caratterizzato da un livello di qualifica relativamente basso nella maggior parte dei sottosectori fondamentali e in particolare nelle PMI.

Esiste, invece, una consolidata domanda di nuove competenze, ad esempio quelle legate alle tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

I principali ostacoli incontrati per il miglioramento delle competenze sono essenzialmente:

- mancanza di manodopera e grande volatilità del personale;
- immagine debole e condizioni specifiche di lavoro, incluso il suo carattere stagionale;
- mancanza di qualifica iniziale suscettibile di miglioramento;
- scarsa competitività delle piccole imprese che comporta una mancanza di sviluppo delle competenze professionali.

I principali operatori delle più grandi imprese hanno adottato delle misure per disporre di un personale competente. Le strategie e le varie misure intese ad accrescere il livello di competenza nell'industria del turismo evidenziano una tendenza verso soluzioni più globali, basate sul partenariato e il dialogo tra istituti di formazione, industria turistica e altri partner, quali le autorità pubbliche. Esse vanno al di là della semplice formazione, stabilendo chiaramente un collegamento tra l'apprendimento e l'esperienza professionale¹².

Questi principi possono tutti essere riuniti in un approccio comune sull'apprendimento, denominato approccio degli "spazi di professionalizzazione", che associa tutte le parti interessate del settore del turismo e della formazione al processo di formazione¹³ e d'innovazione grazie ad una collaborazione attiva e ad un collegamento in rete.

Le conclusioni del gruppo di lavoro furono formulate partendo dall'individuazione di ben tre distinte priorità in grado di:

1. attirare lavoratori competenti nel settore¹⁴;
2. trattenerli ed aumentare la loro competenza;
3. sostenere le microimprese, a livello regionale e locale, in vista del miglioramento della loro competitività.

Oltre alla raccomandazione intesa a promuovere la realizzazione di un "EUROPASS per la formazione nel turismo"¹⁵, furono identificate più in dettaglio due specifiche azioni:

¹¹ Cfr. "Improving training in order to upgrade skill in the tourism industry", Follow-up given to the Council Conclusions of 21 June 1999, June, 2001, Working Group B - *Tourism and Employment*, Rapporteur Jens Fris Jeansen, pp. 30.

¹² Proprio in riferimento alla diretta correlazione esistente tra formazione, occupazione e condizioni di lavoro, è opportuno tener conto in maniera specifica delle dimensioni economiche e sociali nell'approccio di miglioramento delle competenze.

¹³ Il contributo delle politiche e dei programmi comunitari vertono in primo luogo sulla formazione (LEONARDO DA VINCI, SOCRATES, TEMPUS), l'occupazione (EQUAL) e il collegamento in rete degli organismi di formazione (ALFA).

¹⁴ Il problema di attirare, mantenere e sviluppare manodopera qualificata nel settore e quello relativo al supporto per le piccole e medie imprese di livello locale e nazionale per migliorare la competitività, venivano considerati quali impedimenti maggiori alla stabilità e alla crescita del settore turistico in tutta Europa.

¹⁵ L'attuazione dell'iniziativa della Commissione relativa all'adozione di un "EUROPASS - FORMAZIONE" (decisione del Consiglio 1999/51/CE del 21.12.1998, GUCE L 17 del 22.1.1999, p. 45) era già stata menzionata nella comunicazione "Aumentare il potenziale del turismo per l'occupazione" quale strumento che può favorire la mobilità nella formazione integrata dal lavoro, ivi compreso l'apprendistato, consentendo una maggiore trasparenza e visibilità nelle qualifiche e nell'esperienza acquisita nel quadro di una formazione in alternanza all'estero.

- Osservatorio permanente per l'apprendistato, l'occupazione e l'ambiente di lavoro nel turismo: raccolta, monitoraggio, produzione, fornitura di informazioni aggiornate e alimentare il dibattito sulle questioni chiave al fine di aumentare le conoscenze (quantitative e qualitative) e le informazioni strategiche suscettibili di assicurare la competitività durevole del settore turistico;

- Manuale per "gli spazi di professionalizzazione nell'industria del turismo": guida pratica per passare dalla formazione all'innovazione, tenendo conto della realtà "fragile" delle risorse umane (dimensione economica e sociale); ricerca di una soluzione (insieme di informazioni strategiche, formazione e consulenza) per giungere ad un processo di formazione più complesso della formazione classica e che adotti un approccio ascendente/discendente di partenariato e di collaborazioni tra tutte le parti interessate.

Anche la comunicazione della Commissione al Consiglio, al Parlamento europeo, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle Regioni "Un approccio di cooperazione per il futuro del turismo europeo"¹⁶ concentrava l'attenzione su come migliorare la formazione professionale per potenziare le capacità di coloro che operano nell'industria turistica¹⁷ e, al riguardo, raccomandava e ribadiva proprio la realizzazione di un "Osservatorio permanente nel turismo su apprendimento, occupazione e ambiente di lavoro" e la predisposizione di un "Manuale per la realizzazione delle Learning areas nel settore turistico".

In tale contesto la Commissione predisponendo la procedura di bando pubblico al fine di finanziare la realizzazione del Manuale per le "Aree di apprendimento nell'industria turistica europea", collegandolo alla già vigente Decisione del Consiglio approvata il 20 dicembre 2000¹⁸ e relativa ad un programma pluriennale a favore dell'impresa e dell'imprenditorialità, in particolare per le piccole e medie imprese (PMI) (2001-2005)¹⁹.

¹⁶ COM/2001/0665 del 13.11.2001, Bruxelles, p. 28.

¹⁷ Senza entrare in troppi dettagli, le principali linee secondo cui si orientano attualmente le attività collegate al turismo, riguardano: la creazione di un quadro coerente per le attività turistiche nell'Unione europea; il rafforzamento della competitività; la valorizzazione dell'integrazione europea nel contesto mondiale; lo sviluppo del turismo europeo.

¹⁸ G.U.C.E. n. L 333 del 29.12.2000. L'importanza delle imprese e dello spirito imprenditoriale per il conseguimento degli obiettivi comunitari nonché le difficoltà incontrate da imprese e imprenditori sono state al centro di una serie di comunicazioni, decisioni e relazioni, e, più di recente, della comunicazione della Commissione, del 26 aprile 2000, sulle «sfide per la politica delle imprese nell'economia fondata sulla conoscenza», che hanno permesso di individuare i principali campi d'azione a livello comunitario.

¹⁹ I settori d'azione si basano principalmente sull'individuazione e lo scambio delle migliori pratiche conformemente alla nuova procedura Best descritta nella comunicazione della Commissione del 26 aprile 2000 che tengono conto delle esigenze delle PMI con i seguenti obiettivi:

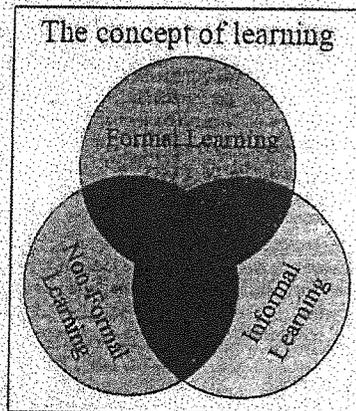
- 1) Rafforzare la crescita e la competitività delle imprese in un'economia internazionalizzata e fondata sulla conoscenza: ...
 - rafforzare la competitività e l'innovazione,
 - facilitare la libera circolazione delle merci e l'accesso al mercato,
 - preparare le imprese a far fronte alla mondializzazione incoraggiando in particolare la partecipazione delle PMI al processo di standardizzazione e alla sua attuazione,
 - fornire una gamma sufficiente di capacità adattate alle esigenze delle piccole imprese,
 - sviluppare l'utilizzo delle nuove tecnologie dell'informazione e delle comunicazioni,
 - incoraggiare le pratiche innovatrici,
 - promuovere l'integrazione dello sviluppo sostenibile.
- 2) Promuovere l'imprenditorialità: ...
 - facilitare la creazione e la trasmissione delle imprese,
 - sviluppare la formazione all'imprenditorialità,
 - favorire la cultura d'impresa in tutta la società,
 - individuare e promuovere le politiche specifiche a favore delle PMI.

Obiettivo del bando²⁰ era quello di fornire una guida in grado di presentare idee innovative, soluzioni e suggerimenti pratici destinati ai responsabili delle decisioni in materia ed ai professionisti del settore al fine di trasformare l'apprendimento in innovazione, tenendo conto della "delicata" realtà delle risorse umane.

Da notare che l'apprendimento²¹ si verifica attraverso una serie di esperienze di tipo formale, non formale ed informale che possono essere realizzate: per diverse finalità (apprendimento professionale o tematico), in diverse età (*Life Long Learning*), in una varietà di luoghi (di scambio: scuole, cinema, casa, *personal computers*, giornali, passaparola), da chiunque (attraverso una serie di relazioni). "It is necessary to distinguish between three basic categories of learning:

- **Formal learning** takes place in education and training institutions, leading to recognised diplomas and qualifications.
- **Non-formal learning** takes place alongside the mainstream systems of education and training and does not typically lead to formalised certificates. Non-formal learning may be provided in the workplace and through the activities of civil society organisations and groups (such as in youth organisations, trade unions and political parties). It can also be provided through organisations or services that have been set up to complement formal systems (such as arts, music and sports classes or private tutoring to prepare examinations).
- **Informal learning** is a natural accompaniment to everyday life. Unlike formal and non-formal learning, informal learning is not necessarily intentional learning, and so may well not be recognised even by the individuals themselves as contributing to their knowledge and competence"²².

Fig.4 - Categorie di apprendimento



Fonte: "Improving training in order to upgrade skill in the tourism industry", Follow-up given to the Council Conclusions of 21 June 1999, June, 2001, Working Group B - Tourism and Employment, Rapporteur Jens Fris-Jeansen, p. 3.

²⁰ G.U.U.E., n. S 112 del 13 giugno 2003, p. 4 e G.U.U.E., n. S 49 dell'11 marzo 2003. L'appalto prevede inoltre il potenziamento della dimensione economica e sociale nelle aree interessate.

²¹ È un approccio innovativo che si compone di tre elementi complementari: 1. Coinvolgimento di tutti gli *stakeholder* di una destinazione turistica; 2. Approccio olistico nel fornire apprendimento; 3. Miglioramento dei fattori di competitività.

²² Source: Working document of the European Commission "A memorandum on lifelong learning, ESC(2000) 1832".

A ciò si aggiungano le pertinenti valutazioni contenute nella comunicazione²³ della Commissione "Realizzare uno spazio europeo dell'apprendimento permanente" - e le indicazioni elaborate dal Comitato economico e sociale nel Parere sul tema "Un turismo accessibile a tutti e socialmente sostenibile" adottato il 29 ottobre 2003²⁴, nel "definire programmi di formazione permanente destinati a coloro che operano nel settore turistico..." e nel "...favorire l'aggiornamento delle qualifiche, delle specializzazioni e delle competenze, per adeguarsi alle profonde trasformazioni nell'organizzazione e nella gestione dell'attività turistica".

La stessa comunicazione della Commissione "Un approccio di cooperazione per il futuro del turismo europeo" evidenziava che l'industria del turismo, in generale, presenta problemi di conservazione del posto di lavoro (elevato tasso di turnover) e, in alcuni paesi, registra problemi di reclutamento. In molti paesi l'industria del turismo deve confrontarsi con un'immagine debole, come la bassa remunerazione, il personale stagionale precario (specie nei settori di ricettività e di ristorazione) mentre deve fare i conti con lacune in termini di competenze.

Nonostante un miglioramento del livello di istruzione formale, il turismo - eccezione fatta per alcuni settori quali agenzie di viaggio, compagnie di trasporto e organizzazioni turistiche - è ancora caratterizzato da un livello di istruzione specifica relativamente basso rispetto ad altri settori dell'economia. Inoltre è evidente che per essere competitive alle imprese non è più sufficiente la conoscenza empirica. Infine, in molte zone d'Europa le risorse ambientali regionali e i problemi relativi al patrimonio culturale sfidano il settore ad essere più consapevole dei suoi impatti e più responsabile nel conservare tale patrimonio naturale e culturale a beneficio degli operatori turistici delle generazioni attuali e future.

In tema di apprendimento e innovazione nella filiera turistica e di bisogni e soluzioni nel settore²⁵ turistico, è utile distinguere fra imprese turistiche di grandi dimensioni che, in generale, gestiscono abbastanza bene al loro interno la formazione e le micro, piccole e medie imprese (PMI) che di solito non hanno tempo, vocazione e capacità di trarre beneficio dai processi di formazione ed istruzione.

In tal senso si avverte, un crescente bisogno di sviluppare un efficace quadro di riferimento per: analizzare e trasferire opportunità di apprendimento specie per le PMI; esaminare ed identificare le competenze professionali in anticipo rispetto ai profili lavorativi attuali e futuri; assicurare che le informazioni e le conoscenze recentemente acquisite conducano ad una migliore performance imprenditoriale. Il gruppo di lavoro della Commissione istituito per occuparsi di tale problema ha richiesto un generale miglioramento delle competenze di tutte le categorie dando priorità all'integrazione di quelle competenze tecniche tradizionali con quelle derivate dai nuovi profili professionali emergenti.

Questo processo ha individuato in modo significativo che i cambiamenti nelle strutture operative economiche - insieme ai nuovi profili professionali - richiedono alle PMI di passare da un'attuale situazione in cui le loro attività sono basate essenzialmente su operazioni, ad una fase in cui l'organizzazione, pur essendo ancora operativa, diventi anche un'organizzazione di sviluppo/apprendimento indirizzata a bisogni attuali e futuri.

Secondo l'approccio dell'area di apprendimento le imprese dovrebbero adattarsi al mercato con l'adozione di una strategia aziendale d'apprendimento. Lo stesso vale per le amministrazioni pubbliche che gestiscono il settore.

Tali strategie contribuiscono a costruire le innovative e competitive capacità delle PMI coinvolgendo, anche, i processi formativi che vanno ben oltre i confini degli edifici scolastici e delle

²³ COM/2001/0678 " del 21 novembre del 2001, Bruxelles, p. 46.

²⁴ In G.U.U.E., n. C 32, 5.2.2004, pp. 1-14.

²⁵ Tuttavia, l'intera filiera dell'industria del turismo europeo consta di oltre 2 milioni di PMI bisognose di rispondere alle attuali questioni di settore. Le stesse sfide globali devono essere affrontate nelle loro vite da più di 7.7 milioni di lavoratori.

sedì universitarie comprendendo ogni livello di attività economica, dai singoli impiegati allo sviluppo regionale.

La gestione di un'area di apprendimento turistico dovrebbe sostenere tale sviluppo d'impresa e persino andare oltre, focalizzandosi sul miglioramento della efficacia imprenditoriale in tre modi differenti:

- all'interno di strutture scolastiche (partenariati fra imprese, istruzione superiore ed educazione all'imprenditorialità nelle scuole);
- all'interno di approcci tematici (apprendimento in rete per l'innovazione e la sostenibilità);
- all'interno di regioni geografiche (migliore gestione imprenditoriale, coordinamento regionale di reti e gruppi di reti).

L'approccio "area di apprendimento" non si focalizza sull'istruzione formale come l'unica soluzione ai problemi, ma sulla capacità delle imprese di sviluppare l'esistente forza lavoro - in cooperazione con istituzioni formative, autorità locali e regionali, i partner sociali ed altri importanti attori. In tal senso, lo sviluppo delle risorse umane offre alle PMI l'opportunità di ottenere vantaggi sostenibili e competitivi insieme alle altre aziende.

Tra le priorità individuate, si segnalava l'esigenza di *migliorare la formazione formale, non-formale e le offerte educative*. In particolare, accanto all'apprendimento strategico, i bisogni formativi identificati nel settore del turismo mostrano che c'è una richiesta di miglioramento delle generali competenze manageriali.

L'attenzione dovrebbe essere rivolta alle competenze necessarie in grado di far fronte all'impatto e all'uso potenziale della ICT e lo sviluppo delle risorse umane.

Capacità manageriali, utilizzo di reti e competenze formative sono necessarie per i responsabili delle decisioni e per i supervisori.

Per la forza lavoro specializzata (e semi specializzata) è più importante integrare le competenze tecniche tradizionali con quelle atte a far nascere nuovi profili professionali.

L'intervento formativo nell'ambito di un essenziale programma generico per un'area di apprendimento turistico, può essere indirizzato a specifici operatori turistici e suddiviso in precisi corsi.

Inoltre, un tale programma di apprendimento, deve essere sostenuto da sistemi di qualificazione di facile impiego conseguibili dai cittadini europei, accessibili per i dipendenti e sufficientemente flessibili per lavorare nell'economia basata sulla conoscenza in rapida e continua evoluzione²⁶.

L'attenzione maturata in questi ultimi anni in ambito comunitario nei confronti del concetto di *Learning Areas* nel turismo trova la sua *raison d'être* nel recente dibattito sul potenziale del capitale umano e sui processi di apprendimento quale soluzione per migliorare le prestazioni - specie professionali - degli individui e della collettività, ma anche per risolvere i problemi legati agli aspetti sociali ed ambientali.

La Direzione Generale Istruzione e Cultura della Commissione da anni ha iniziato a promuovere (con l'ausilio del C.E.D.E.F.O.P.), il concetto di *"Learning Regions o Learning Communities"*, attualmente in fase di diffusione attraverso l'iniziativa R3L (*Regional Life Long Learning*).

La *Learning Areas* diventa, quindi, una modalità con la quale, attraverso luoghi di scambio multipli, si incontrano in modo efficiente i fornitori di esperienze di apprendimento e i clienti di

esperienze di apprendimento, dando così vita al consolidamento dei processi di disseminazione dell'istruzione, della formazione e della informazione, necessari ad un riassetto globale e moderno del settore turistico. Una *Learning Areas* viene a creare così un *Network della Conoscenza*.

La *Learning Areas* dovrebbe perseguire i seguenti obiettivi:

- fornire apprendimento e qualificare le competenze;
- migliorare la qualità dell'apprendimento;
- valorizzare e supportare l'innovazione;
- promuovere una conoscenza condivisa;
- fornire informazioni strategiche;
- facilitare un processo *bottom-up* e la cooperazione;
- favorire l'inserimento di personale;
- favorire e sostenere specifici programmi per le PMI;
- sviluppare strategie adattabili alla globalizzazione e ai cambiamenti globali.

A seguito della procedura avviata con bando pubblico finalizzato al finanziamento della realizzazione del Manuale per le *"Aree di apprendimento nell'industria turistica europea"*, delle proposte pervenute alla Commissione, quella redatta da Ecotrans (rete europea di esperti in turismo sostenibile) venne approvata dalla Direzione Generale Impresa - Unità Turismo, e nell'ottobre del 2003 si diede avvio, formalmente, all'incarico di redigere il *"Manuale per la realizzazione delle Learning areas nel settore turistico"*²⁷.

La *Learning Area (provvisoria)* ha costituito una interessante iniziativa avente il vantaggio di avvalersi di una consulenza specifica in grado di:

- facilitare gli attori dell'area di Bergamo²⁸ che la compongono a comprendere in che modo tali miglioramenti potranno essere sistematicamente trasferiti in un processo di partenariato partecipato e globale;
- beneficiare della diretto sostegno della Commissione che dispone di un livello di conoscenza approfondito sulle tematiche affrontate e la metodologia adottata per la sua implementazione. Il lavoro svolto e l'intero processo sono stati inseriti nel Manuale, diffuso in tutta Europa, che contribuisce a fornire al territorio prescelto un alto profilo ed una elevata visibilità.

L'esito di tale importante iniziativa offre l'opportunità di ottimizzare e migliorare l'efficacia delle risorse, con conseguente crescita delle opportunità di finanziamento per l'intera area territoriale.

Il concetto di *Tourism Learning Area*, in fase di sperimentazione sul campo²⁹, concorre a

²⁷ Ecotrans incaricava A.C.T.A. (Associazione Cultura Turismo Ambiente) - membro italiano della rete - di procedere alla implementazione in Italia; A.C.T.A. a sua volta individuava nella Provincia di Bergamo il contesto idoneo a tale sperimentazione della *Learning Area* e indicava l'Università degli Studi di Bergamo quale partner ideale del processo sin dal 1996 ha attivato presso la Facoltà di Lingue e Letterature Straniere un indirizzo di studi turistico-manageriale, oggi divenuto Corso di Laurea Specialistica in *"Progettazione e Gestione dei Sistemi Turistici"*. La scelta ha avuto luogo, quindi, sia in ragione del ruolo di leadership negli studi avanzati sui "nuovi turismi" che l'Università di Bergamo si è guadagnata nell'ultimo decennio a livello nazionale e internazionale, sia in ragione delle significative politiche di sistema intraprese dagli enti locali, fra cui la costituzione dell'Agenzia Bergamo Turismo, il supporto ai Consorzi di promozione e l'avvio del *"Patto Territoriale per lo sviluppo integrato e sostenibile della Orobica Bergamasca"*. Ulteriore motivazione è la peculiarità che la provincia di Bergamo presenta attraverso la compresenza di due aree tipologiche distinte che conoscono fasi storiche differenti: quella urbana di Bergamo città in fase di crescita, quella montana di fronte a una delicata sfida di trasformazione e innovazione rispetto a nuove domande emergenti.

²⁸ Gli elementi di confronto più interessanti emersi sono l'importanza di promuovere una effettiva conoscenza del territorio da parte delle giovani generazioni, di elaborare strategie condivise di "sistema" e "fare rete" fra gli attori pubblici e privati, di supportare la crescita di una cultura turistica in senso diffuso, anche in considerazione che il settore turistico "pesa" oggi intorno al 3% sul PIL della provincia.

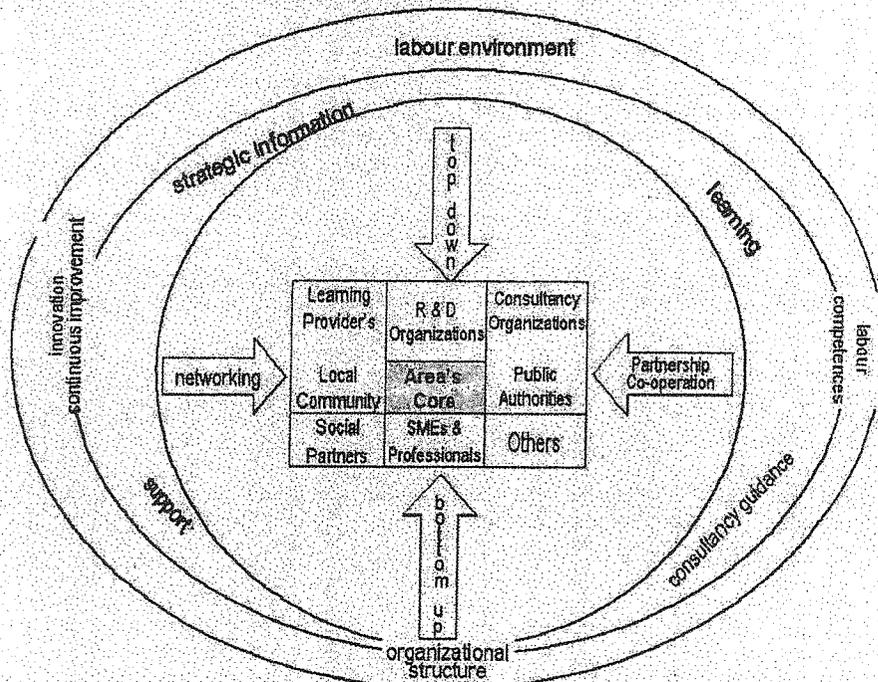
²⁹ Da notare che il Comitato economico e sociale ha adottato il 15 settembre 2004 il Parere *"La politica del turismo e la cooperazione tra il settore pubblico e quello privato"* proponendo metodi di cooperazione tra settore pubblico e privato, fra

²⁶ Tuttavia, la domanda rimane: come questo deve essere erogato per poter raggiungere le PMI, gli amministratori pubblici e la forza lavoro del turismo?

Questi gruppi sono notoriamente a corto di tempo (il Cedefop ha definito questo come una dipendenza dal tempo che è attualmente una comune limitazione di estensione europea). E' qui che un approccio "area di apprendimento turistico" entra in gioco.

valutare e definire le future politiche per lo sviluppo del settore turistico, facendo leva sui nuovi network della conoscenza³⁰, sullo scambio di saperi ed informazioni tra stadi diversi della filiera turistico/formativa e tra diversi attori, per l'attuazione di interventi ed azioni di sistema comuni e condivisi³¹.

Fig.5 - Learning Area process: improving economic & social dimension in the tourist sector



Fonte: J-F. Jensen/V.J. Molés on the basis of the WG B discussion

Attualmente e parallelamente all'elaborazione del manuale, le aree di apprendimento in ambito

amministrazioni, imprese ed organizzazioni imprenditoriali ed individuando una griglia di principi cooperazione e di correlati criteri di attuazione.

³⁰ Cfr. KARIN SCHIANETTA, LYDIA KAVANAGH, DAVID LOCKINGTON, *The Learning Tourism Destination: The potential of a learning organisation approach for improving the sustainability of tourism destinations*, in *Tourism Management*, 28 (2007), pp.1485-1496; GEENHUIZEN, M. VAN, & NIJKAMP, P. (2000), *The learning capabilities of regions: Conceptual policies and patterns*. in F. BOEKEMA, K. MORGAN, S. BAKKERS, & R. RUTTEN (EDS.), *Knowledge, innovation and economic growth: The theory and practise of learning regions* (pp. 38-56), Cheltenham, UK: Edward Elgar; R. J. B. RITCHIE & J. R. B. RITCHIE, *A framework for an industry supported destination marketing information system*, in *Tourism Management*, 23 (2002), pp. 439-454; C. Ryan, & M. Aicken, (Eds.), *Indigenous tourism: The commodification and management of culture*, 2005, Oxford:Elsevier; M. G. REED, (2000), *Collaborative tourism planning as adaptive experiments in emergent tourism settings*, in B. Bramwell, & B. Lane (Eds.), *Tourism, collaboration & partnerships: Politics, practice and sustainability* (pp. 247-271), Clevedon, UK: Channel View Publications; A. YUKSEL, & F. YUKSEL, *Managing relations in a learning model for bringing destinations in need for assistance into contact with good practice*, in *Tourism Management*, 26 (2005), pp. 667-679.

³¹ L'obiettivo è dar vita al consolidamento dei processi di disseminazione dell'istruzione, della formazione e della informazione, necessari ad un riassetto globale e moderno del settore turistico che nell'esperienza promossa nell'area di Bergamo si delinea anche tramite la predisposizione e relativa adesione ad un Memorandum d'intesa.

turistico sono state sottoposte alla sperimentazione in sette diversi paesi dell'UE.

Fig.6 - Progetti pilota di avvio di una Learning Area in sette distinti contesti europei



Fonte: "Il progetto: le esperienze pilota in corso", Elaborazione ACTA, 2005.

- Austria Pongau - (Salzburg) Partner: Regional Forum Pongau Ambito: Qualità e Turismo
- Germania Lago di Constanza
- Italia Provincia di Bergamo - Partner: Università di Bergamo Ambito: Turismo montano e urbano
- Olanda Intero paese Partner: ECEAT Ambito: Turismo rurale
- Portogallo Regione Algarve (NUTS II) Partner: EURO Info Centre
- Regno Unito East Riding Yorkshire - Partner: Leeds Metropolitan University
- Ungheria Est Ungheria Partner: Consorzio Agrituristico Ambito: Turismo Termale

3. Considerazioni conclusive

Sebbene gli Stati Membri abbiano compiuto considerevoli sforzi per riformare ed adattare i loro sistemi di formazione permanente all'economia basata sulla conoscenza, i cambiamenti realizzati non sono ancora sufficienti per affrontare la sfida.

In tal senso si evince che per creare un livello minimo di occupazione di elevato profilo conoscitivo, una regione deve innanzitutto formare un ingente numero di operatori con un'ampia gamma di competenze.

L'Unione europea organizza da molti anni reti di collegamento fra università, istituzioni formative ed imprese, all'interno e fra le stesse regioni, e più recentemente, ha compiuto sforzi per creare reti di "regioni di apprendimento".

Esistono diversi esempi di buona prassi quale risultato di iniziative simili in cui sono stati creati partenariati e reti, specie nel quadro dell'iniziativa R3L (apprendimento permanente in regioni d'apprendimento), nella rete innovativa delle regioni, e nelle numerose iniziative formative imprenditoriali, regionali e settoriali che cercano, attraverso lo scambio di informazioni e la creazione di reti, di coordinare i diversi attori per far fronte a obiettivi comuni.

L'area di apprendimento rappresenta uno strumento efficace per il settore turistico e, quindi, l'approccio dell'area di apprendimento in ambito turistico consiste essenzialmente in una metodologia di *problem solving*.

Trattasi di un approccio che riguarda la situazione globale dell'economia europea in grado di fornire anche soluzioni alle peculiari sfide del settore.

Con questo approccio la diversa e, spesso, frammentata struttura del settore turistico necessita lo sviluppo generale di sistemi di apprendimento accessibili a livello regionale.

Tali sistemi dovrebbero considerare i problemi di stagionalità ed i bisogni delle micro, piccole medie imprese. Le autorità pubbliche e i loro partner imprenditoriali e sociali dovrebbero giocare un ruolo maggiore nello sviluppo di tali sistemi usando le esistenti strutture educative e formative per creare stretti legami con l'industria e la manodopera locale (creare, cioè, la triade "amministrazione pubblica, centri formativi, PMI per l'innovazione").

A testimonianza di tale strategico orientamento comunitario, introdotto anche a sostegno della validità dell'approccio dell'area di apprendimento³² in ambito turistico, vi è la recente Call for Proposals "Networks for the competitiveness and sustainability of European tourism" - ENT/CIP/08/B/N05S00 - Grant Programme 2008³³, finalizzata al perseguimento dei seguenti specifici obiettivi:

- to identify and promote practices and tools that can help small and micro enterprises to be sustainable and competitive;
- to support joint actions between stakeholders that address challenges proper to the tourism sector and that can promote the creation of an environment favourable to small and micro enterprises and to their co-operation on sustainability issues, in view of the setting up of an European tourism knowledge network;
- to promote the involvement of the actors who create knowledge (e.g. universities, research institutes, public and private observatories) in the integration of sustainability principles in existing or new practices / tools that can help small and

³² Cfr. C. Notarstefano, *European sustainable tourism: context, concepts and guidelines for action*, in *International Journal Sustainable Economy*, Vol. 1, No. 1, 2008, pp. 44-59.

³³ The overall objective of this call for proposals is to provide added value in improving the sustainability performance of European tourism, through the creation of an environment favourable to tourism small and micro enterprises and to their cooperation on sustainability issues.

micro enterprises to be competitive.

In tal senso di particolare interesse risulta essere l'iniziativa intrapresa nell'ambito del processo di Barcellona: *Unione per il Mediterraneo*, approvata dai Capi di Stato e di governo in occasione del Vertice per il Mediterraneo svoltosi a Parigi il 13 luglio 2008, che, oltre a costituire uno strumento al servizio della pace e della prosperità, rappresenta un rilancio verso l'integrazione economica e territoriale e la cooperazione tra i paesi del Mediterraneo.

Tra le prime sei priorità individuate (disinquinamento del Mediterraneo, autostrade del mare e autostrade terrestri, protezione civile, piano solare mediterraneo, istruzione superiore e ricerca, iniziativa mediterranea di sviluppo delle imprese) si contraddistingue l'imprimatur istituzionale riconosciuto alla neo costituita E.M.UNI. (*EUROMEDITERRANEAN UNIVERSITY*) già inaugurata lo scorso 9 giugno 2008 a Portofino, durante il semestre di presidenza sloveno.

Difatti, al fine di raggiungere gli ambiziosi obiettivi concordati del processo di Barcellona ci si è resi conto della evidente necessità di ampliare rapidamente i principali settori di cooperazione, includendovi tra gli altri la gestione idrica, l'agricoltura, la sicurezza dell'approvvigionamento alimentare, l'energia, la formazione professionale, la cultura, la sanità e, ovviamente, il comparto turistico-culturale.

Pertanto si è richiamata l'attenzione sul fatto che per creare un livello minimo di occupazione di elevato profilo conoscitivo, una vasta area deve innanzitutto formare un ingente numero di operatori con un'ampia gamma di competenze e in possesso di una qualificata e solida base interculturale acquisita in funzione (e a seguito) di un virtuoso collegamento fra università, istituzioni formative ed imprese del territorio di riferimento.

L'esperienza intrapresa con l'avvio dell'*Euromediterranean Master³⁴ in Culture & Tourism 2008-2009³⁵* nella sua prima edizione, costituisce un primo tassello significativo della sperimentazione della *Tourism Learning Area* in atto su scala geopolitica internazionale, con rilevanti elementi di riferimento in termini di realizzazione e conseguente rinforzo di strutture di apprendimento non formali e di dialogo tra attori a vario titolo coinvolti nei processi di innovazione, competitività e sostenibilità³⁶.

³⁴ The *Euromediterranean Master in Culture and Tourism* develops a network of specialised postgraduate study programme among Euro-Mediterranean universities. International comparability is ensured with respect to credits, courses, as well as scientific and professional qualifications. As for the fields of study, special emphasis is given to topics related to the Euro-Mediterranean region.

The study programmes is taught out by several professors coming from different networks (CMU and Jean Monnet Euromed co-founders of the Euro-Mediterranean University) and Universities such as: Italy (University of Bari, University of Salento, University of Bergamo), Slovenia (EMUNI and University of Maribor), France (C.I.R.E.T. of Aix-en-Provence), Spain (University URV in Catalonia), Albania (Università Nostra Signora del Buon Consiglio of Tirana), Egypt (University of Cairo and Tanta University).

³⁵ Il Master EMCT 2008-2009 ha visto la partecipazione di italiani (8), egiziani (3), siriani (2), albanesi (2) e di un rappresentante proveniente da Croazia, Serbia, Algeria e Libano.

³⁶ Non a caso il motto dell'*Euromediterranean Master in Culture and Tourism 2008-2009*, è "Learning from the past, Looking at the present, Moving into the future".