«Anche nel turismo è cambiato l'approccio al mondo del lavoro»

La preoccupazione di imprenditori e amministratori locali «Servono nuove formule, non conta solo la retribuzione»

Ivan De Beni di Federalberghi Garda Veneto

«Durante il Covid eravamo concentrati sulla possibilità di tornare a fare il nostro lavoro il più rapidamente possibile. Avevamo voglia e urgenza di riaprire le strutture ricettive. Mai avremo potuto pensare che alla ripartenza sarebbe mancato il personale. A questo non eravamo preparati», Ivan De Beni, presidente di Federalberghi Garda Veneto lo confessa davanti alla platea di Athesis New Job. «L'anno scorso abbiamo dovuto affrontare una situazione difficilissima proprio in concomitanza con la prima stagione "normale", con presenze e arrivi ai livelli del 2018-2019. Di colpo abbiamo toccato con mano questa problematica, che ha avuto risvolti pratici. Per fare un esempio, alcuni colleghi hanno dovuto tenere un piano dell'albergo, o alcune camere chiuse perché non c'era personale per pulirle. Con la conseguenza che abbiamo tolto dal mercato un potenziale di soluzioni solitamente in vendita», racconta. «Altri albergatori hanno dovuto rinunciare ad offrire il servizio di pensione mezza o completa, limitandosi alle colazioni, perché non avevano trovato camerieri o personale di cucina. Lo stesso problema l'hanno avuto anche alcuni ristoranti», riferisce. Quest'anno la situazione è migliorata. «Non viaggiamo ancora a ranghi completi, manca qualche figura. Preoccupa il fenomeno che sta emergendo, di uno scouting molto acceso. Ci sono colleghi che per completare gli organici avvicinano i dipendenti di altre strutture e se li contendono. Un'attività deplorevole che mi risulta diffusa anche nella ristorazione e nel commercio», afferma. Più in generale, secondo De Beni, dopo il Covid nel turismo occorre cambiare approccio. «Anche noi imprenditori dobbiamo fare autocritica. La scarsa disponibilità di lavoratori non è dipesa in modo significativo dal reddito di cittadinanza. Le persone hanno maturato un approccio diverso nei confronti del lavoro. L'imprenditore deve proporre un ambiente molto più accogliente e dignitoso, attrarre il collaboratore con nuove formule, che non si limitano alla sfera della retribuzione. Occorre fare perno su formazione, offerta di benefit e iniziative di welfare», esemplifica. Secondo Marta Ugolini, assessora alla Cultura e turismo di palazzo Barbieri, oltreché docente universitaria all'ateneo scaligero, il turismo offre opportunità a professionalità di tutti i livelli, ma occorre consapevolezza da parte dei futuri lavoratori come delle imprese. «L'attrattività è limitata dal fatto che l'occupazione nel settore presuppone che si lavorerà sempre il sabato, la domenica e durante le feste. E' una delle prime cose che faccio presente ai miei studenti e non è sempre così chiara. I giovani comunque nel complesso sono disponibili ad entrare nel turismo anche partendo dalle posizioni più operative, purché esista una prospettiva di crescita», sottolinea. «La mia domanda è: le nostre piccole imprese famigliari sono in grado di rispondere a questa aspettativa? Riescono a trasmetterla fin dal colloquio? Le aziende per essere attrattive in questi termini dovrebbero crescere in dimensione e la stagione dell'accoglienza dovrebbe essere più lunga. Un obiettivo che si può raggiungere studiando prodotti e proposte innovative», afferma. Su destagionalizzazione, promozione del turismo, incontro tra domanda e offerta di lavoro la Camera di Commercio e i 65 Comuni della provincia, che rappresentano il 91% delle presenze turistiche veronesi, hanno stretto un'alleanza che ha portato alla creazione di Destination Verona & Garda Foundation, ha ricordato Riccardo Borghero, segretario generale dell'ente camerale scaligero. «La sfida per la generazione Z, i ragazzi che hanno un'età inferiore ai 25 anni, sarà di specializzarsi nelle skill più innovative che guardano il viaggio o la vacanza ecosostenibile. Nell'Europa del Nord stanno già formando figure manageriali con queste competenze: l'Italia è un po' in ritardo, ma può recuperare», aggiunge De Beni. La stessa cosa vale per il digitale. «I portali hanno già rivoluzionato il settore introducendo il prezzo dinamico per camere ed appartamenti - conclude il presidente di Federalberghi Garda Veneto - ma presto saranno superati dal ricorso al metaverso da parte del singolo visitatore che non avrà più bisogno di intermediari. Noi albergatori dovremo invece utilizzare specializzarci nel fidelizzare il cliente, conoscendone gusti, attitudini e interessi e costruendo proposte su misura».

L'Arena, 16 maggio 2023, Athesis New Job p. XXII