

26 settembre 2014

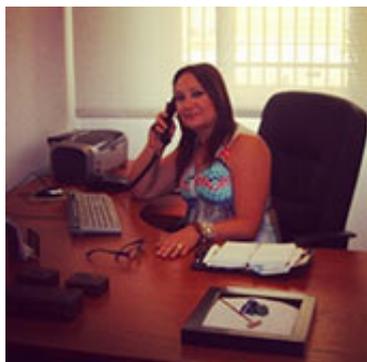
## Turismo - Il futuro del lavoro é nel web 2.0 e nelle startup innovative: le opportunità in vetrina a Bergamo a "No Frills"

Esperti di web marketing che sappiano spingere su internet un marchio, un pacchetto, un itinerario. Conoscitori dei social network che riescano a far diventare virali dei contenuti e a creare delle tendenze. Sono queste le figure professionali che il settore del turismo cerca in Italia. Ma non solo: nel nostro Paese manca ancora la gestione diffusa delle prenotazioni sul web. Molti piccoli e medi hotel non sono dotati di un servizio di "booking": bisogna creare delle piattaforme moderne, aggiornate, che consentano ai visitatori di prenotare con pochi click.

Il futuro del turismo e la creazione di posti di lavoro nel comparto è il focus della 14esima edizione di "No Frills", la fiera che si terrà a Bergamo sabato 26 e domenica 27 settembre. Tanti gli appuntamenti in programma: dalla "Digital Travel Summit Conference", il convegno che aprirà la manifestazione alla presenza di rappresentanti del governo e di Confcommercio facendo il punto sul turismo digitale in Italia, agli incontri tra le startup del settore e i potenziali investitori, fino ai workshop gratuiti sulle nuove professioni.

«Il turismo nel nostro Paese rappresenta l'11% del Pil e dà lavoro a oltre tre milioni di persone, ma ci sono delle debolezze di sistema che non ci permettono di svilupparne tutte le potenzialità - spiega Carlo Radaelli, commissario straordinario dell'Agenzia nazionale per il turismo (Enit) nominato lo scorso luglio dal ministro Dario Franceschini - Il risultato è che mentre il mercato mondiale è in espansione, la quota riservata all'Italia si è contratta».

«Il turismo nel nostro Paese rappresenta l'11% del Pil e dà lavoro a oltre tre milioni di persone, ma ci sono delle debolezze di sistema che non ci permettono di svilupparne tutte le potenzialità - spiega Carlo Radaelli, commissario straordinario dell'Agenzia nazionale per il turismo (Enit) nominato lo scorso luglio dal ministro Dario Franceschini - Il risultato è che mentre il mercato mondiale è in espansione, la quota riservata all'Italia si è contratta».



Che cosa non va? «Ci sono problemi strutturali, dal servizio aereo poco sviluppato, agli hotel al di sotto degli standard internazionali. E poi poca promozione turistica mirata: oggi non basta più dire che l'Italia è bella, perché la concorrenza è agguerrita. Bisogna individuare pacchetti specifici,

dall'enogastronomia al cicloturismo, dalla cultura al relax. E spingerli sul web». Per questo c'è bisogno di nuovi professionisti della comunicazione: «A cercare queste risorse sono le nuove agenzie di promozione turistica e commerciale come Travel advisor, Netcomm, Quite people che usano i social network per lanciare destinazioni e creare tendenze - spiega Marina Ambrosecchio, presidente di Uet, Scuola universitaria europea per il turismo - Per questo nei nostri corsi formativi e nei workshop che organizzeremo sabato in fiera punteremo molto sulle competenze digitali. I ragazzi oggi devono sapere benissimo l'inglese e saper usare il web, dai social network alle tecniche seo (search engine optimization), per indicizzare meglio sui motori di ricerca siti e pacchetti. La cosa importante da capire è che non esiste più il turismo generico, ma tanti turismi molto mirati con una serie di esigenze specifiche che vanno anticipate».



Un'altra sezione della fiera sarà dedicata alle startup, con incontri e "pitch" davanti a potenziali investitori. Tante le idee imprenditoriali innovative legate al turismo, come Map2App, che crea app di guide turistiche in tempi brevi e a costi super economici (800 euro contro i 10-15 mila di mercato). L'idea è venuta a Pietro Ferraris, 36 anni, insieme a Michele Orsi e Simone Biagiotti un paio d'anni fa: «Ci siamo accorti che gli alberghi italiani cercavano di diventare promotori delle città in cui si trovavano, senza però riuscire a dare ai turisti informazioni strutturate, che andassero oltre il materiale informativo cartaceo. Allora abbiamo pensato di realizzare una piattaforma in cui il cliente (hotel, istituzione pubblica, parco...) carica i propri contenuti con una procedura guidata molto facile. Poi noi creiamo un'app e la mettiamo online. Il servizio è partito molto bene, con oltre 500 app all'anno. Abbiamo clienti in tutto il mondo, da De

Agostini e Mondadori all'ente California state parks. A No Frills cerchiamo una vetrina, un modo per intrecciare nuovi rapporti commerciali».

Gli spazi alle imprese innovative verranno concessi in modo gratuito grazie alla collaborazione con l'Associazione italiana startup del turismo , che riunisce 40 startup di settore e cerca per loro occasioni di visibilità.

**SEGUI JOBTALK E JOB24.IT ANCHE SU TWITTER CON 24JOB**

26 settembre 2014

© Copyright Il Sole 24 Ore - Tutti i diritti sono riservati