

Lauree turistiche: servono davvero?

di **CLAUDIO VISENTIN**
 Coordinatore del Corso di Laurea
 in Scienze del Turismo, Campus Lucca

Da alcuni anni le professioni turistiche sembrano riscuotere il consenso di molti giovani che scelgono sempre più frequentemente di intraprendere corsi universitari e post laurea legati al mondo dei viaggi. Ma quali sono le reali prospettive che si aprono agli studenti nel mondo del lavoro? Forse vale la pena discutere e verificare la capacità dell'offerta formativa italiana di rispondere effettivamente anche ai bisogni delle imprese

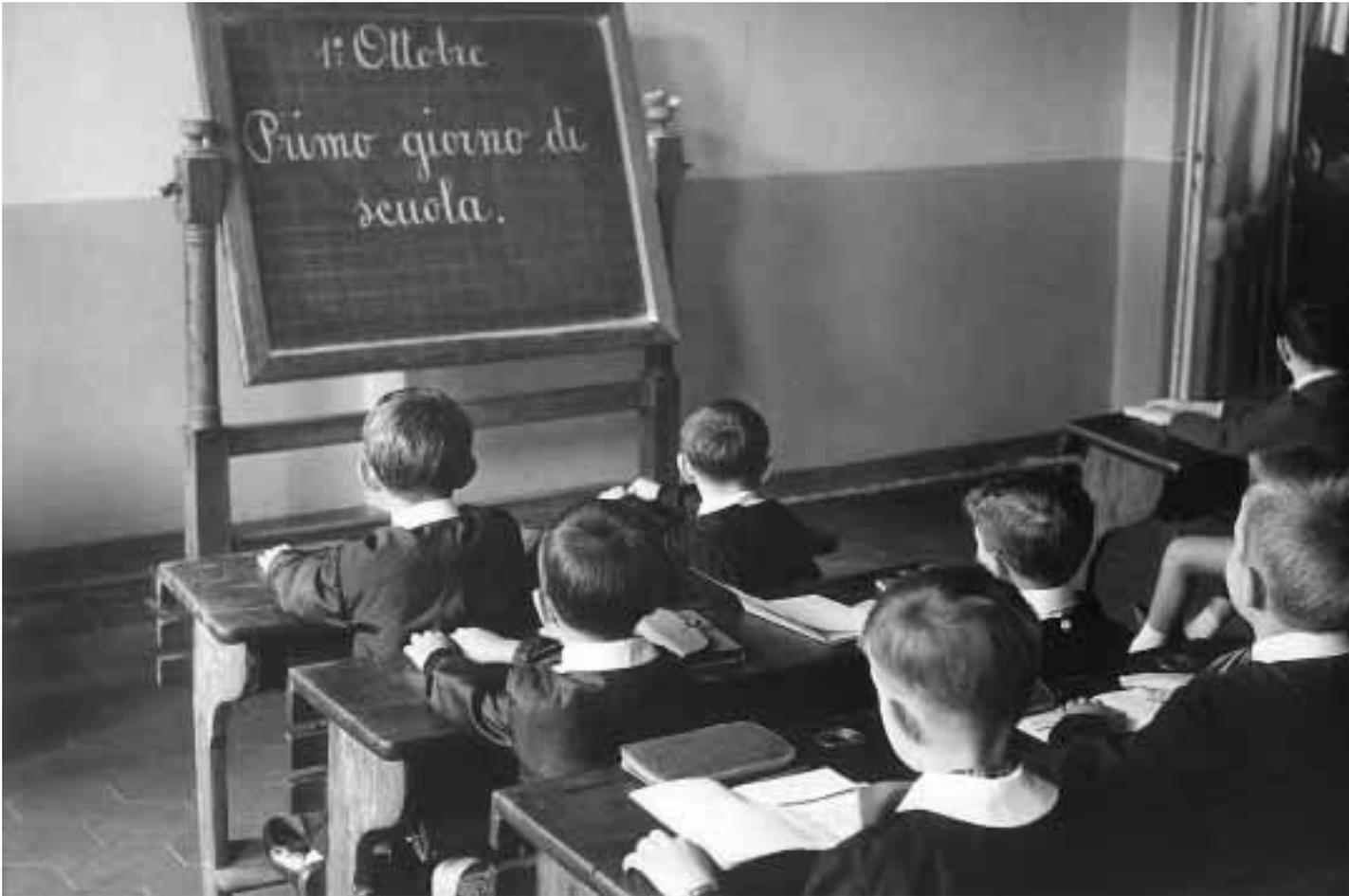
Ognuno ricorda da quante speranze e con quanta passione fu accompagnata la nascita nel nostro Paese dei primi corsi di laurea in Scienze del turismo, che si proponevano di colmare una lacuna formativa in quello che già allora appariva uno dei pochi ambiti dell'economia nazionale al riparo dagli incerti della competizione internazionale. Sembrò il rimedio per molti mali, e una via aperta verso buone opportunità professionali, ma già poco tempo dopo il libro bianco *Occupazione e formazione nel turismo in Italia* del Touring Club Italiano smorzava molti entusiasmi, segnalando la ridotta consistenza numerica degli impieghi qualificati che le imprese turistiche ritenevano di poter offrire; e alcuni anni dopo il difficile affacciarsi sul mercato del lavoro dei primi laureati in Scienze del turismo ha rinnovato tali preoccupazioni,

e sollevato interrogativi ai quali questo articolo si propone di dare una prima risposta. Dirò subito con franchezza che nutro piena fiducia nelle capacità del turismo, e in particolare del "nuovo turismo culturale", di offrire lavoro ai giovani; e che giudico troppo pessimistiche le conclusioni cui giunge la già citata ricerca del Touring, pur correttamente impostata. Non mi soffermerò, quindi, su circostanze attenuanti di varia natura, anche ben fondate, quali le difficili condizioni dell'economia internazionale, o il nuovo clima d'insicurezza poco propizio ai viaggi instaurato dal terrorismo internazionale; cercherò, invece, d'impostare correttamente l'analisi del problema, superando visioni convenzionali e stereotipate. Procederò cartesianamente per punti.

Ruolo di Università e imprese

Il rapporto tra Università e mondo del la-

voro è in tutti i settori disciplinari recente, e quindi in larga misura da inventare. Infatti, le Università tradizionalmente si curavano poco del destino professionale dei propri laureati, i quali a loro volta chiedevano ai corsi di laurea soprattutto una formazione basata su fondamenti disciplinari e metodologie di analisi. È vero che attualmente gli studenti interessati a uno specifico corso di laurea concentrano la propria attenzione principalmente sui possibili sbocchi professionali, ma questo non deve far dimenticare che sino a qualche anno fa soltanto non era così. Buone soluzioni non si trovano dall'oggi al domani, e se qualche esperienza, come gli stage, ha dato buoni risultati, altre scelte compiute dalle Università in questa nuova direzione appaiono più discutibili. Ad esempio gli atenei hanno varato una moltitudine di corsi di laurea finalizzati a profili professionali estremamente particolari, con con-



Primo giorno di scuola in una classe elementare, ante 1964, Archivio Tci

cessioni alle mode sino al limite della stravaganza; il problema è che tra la progettazione di un corso di laurea e l'immissione sul mercato dei primi laureati passano circa cinque anni – un tempo potevano sembrare pochi, oggi sembrano troppi – così che la formazione dei laureati è spesso invecchiata o fuori centro prima ancora d'iniziare l'inserimento nel mondo del lavoro. Università lente (innanzitutto per loro natura), mondo del lavoro sempre più veloce: siamo certi che i due ingranaggi possano collegarsi direttamente? O forse le Università dovrebbero tornare a fare le Università, cioè insegnare a pensare e ricercare, e il mondo del lavoro dovrebbe assumersi il compito di completare la formazione professionale dei laureati, anche nel campo del turismo? E questo specialmente in Italia dove, a differenza di altri Paesi quali la vicina Svizzera, manca del tutto l'Università professionale, che forse sa-

rebbe più adatta a proporre formazione nel campo del turismo.

Il business della formazione

Al di là di poche, lodevoli eccezioni, per diversi anni la formazione turistica è stata considerata da molti enti di formazione più un'occasione d'incrementare con proposte attraenti il numero dei propri iscritti e i conseguenti guadagni che un servizio reale pensato per le imprese, le istituzioni e i territori. In particolare, si sono moltiplicati master in turismo di ogni genere, spesso generici, poco qualificati e scarsamente aderenti alle richieste del mercato, rivolti a laureati nelle più varie discipline, proprio mentre l'avvio di un completo e specifico percorso di formazione turistica universitaria avrebbe dovuto ragionevolmente limitarne il numero. Tale tendenza accenna ora a declinare per sazietà, volgendosi ad altri ambiti (comuni-

cazione, moda ecc.), ma ha lasciato dietro di sé delusioni (nei formati) e diffidenze (nelle imprese e istituzioni).

Un'offerta di corsi in aumento

Le Università, per parte loro, hanno moltiplicato l'offerta di corsi di laurea in Scienze del turismo, anche quando altri già stavano provvedendo adeguatamente e, soprattutto, anche quando non possedevano le competenze necessarie, né erano seriamente intenzionate ad acquisirle, limitandosi ad assemblare insegnamenti già esistenti e solo genericamente attinenti al turismo. In altri casi – penso a più d'una facoltà di Lingue – si sono creati indirizzi in turismo sulla base di pochi insegnamenti specifici. Il risultato è stato, nei fatti, quello di creare duplicati delle lauree economiche, umanistiche, in lingue o in scienze sociali, con poca o nulla specificità, e risultati occupazionali facilmente prevedibili.

Valutare i risultati formativi

Nel complesso Università ed enti di formazione hanno insomma creato, più o meno consapevolmente, aspettative che difficilmente sarebbero state poi soddisfatte dal mercato. In questa situazione, appare urgente introdurre rigorose forme di valutazione dei risultati formativi a tutela di chi si volge a tali corsi di studio. Un primo passo in tale direzione potrebbe essere il monitoraggio degli esiti occupazionali dei formati a una distanza di tempo data, con la conseguente creazione di un rating delle lauree o master in turismo. È facile pensare che tale attività di controllo troverebbe nel Touring Club Italiano, che già realizza una mappa della formazione aggiornata, la sede più naturale e imparziale.

Diplomati o laureati?

Per parte loro, le imprese (ad esempio i tour operator) hanno continuato a preferire la tradizionale formazione per linee interne di diplomati all'assunzione di laureati, ritenendo di poter così disporre di una forza lavoro meno costosa, con minori ambizioni economiche e di carriera e, al tempo stesso, più confacente ai propri bisogni, senza però tener conto che la crescente complessità del turismo contemporaneo, specie nelle sue forme più innovative, richiede competenze ben altrimenti sofisticate e articolate di quelle possedute da un diplomato. In altri casi, sono state scelte di politica industriale a determinare esiti occupazionali insoddisfacenti. Basti pensare al caso delle agenzie di viaggio, cresciute a dismisura negli ultimi anni attraverso la formula del franchising, che naturalmente privilegia negli interlocutori la disponibilità di risorse economiche al possesso di competenze specifiche e qualificate.

Impresa e riforma universitaria

Inoltre, più generalmente, le imprese turistiche piccole e grandi non hanno quasi mai compreso le caratteristiche dei nuovi percorsi universitari introdotti dalla riforma con il modello della laurea triennale, seguita da una laurea specialistica (cosiddetto "modello di Bologna", o 3+2). Al di là delle apparenze infatti, il nuovo laureato di primo livello ha un ti-

tolo di molto inferiore a quello di un tempo, perché viene spesso effettivamente conseguito nei tre anni previsti, grazie a una sostanziosa riduzione dei programmi, laddove in passato percorsi di studio teoricamente di quattro o cinque anni ne richiedevano in realtà alcuni in più. Il nuovo laureato triennale è, quindi, una figura poco più che intermedia tra il diplomato e il laureato d'un tempo, e può/dovrebbe essere impiegato in ambiti a media qualificazione, che certo non mancano nel turismo contemporaneo (questa circostanza spiega anche l'esito della ricerca Touring cui s'è accennato: le imprese hanno infatti dichiarato un modesto interesse all'assunzione di laureati perché avevano dinanzi agli occhi la tradizionale figura di laureato). In sintesi, per quanto spesso confuse dal moltiplicarsi dell'offerta, con conseguente e non ingiustificata diffidenza, nell'insieme si deve comunque riconoscere che le imprese non sono state all'altezza della sfida rappresentata dalla nuova formazione turistica, che è stata in buona sostanza sin qui un'occasione perduta.

Con la crisi meno assunzioni

Va anche detto, a loro discolpa, che le industrie turistiche (intendendo soprattutto tour operator, agenzie di viaggio, compagnie aeree, catene alberghiere) vengono da anni difficili, e hanno quindi dovuto preoccuparsi di mantenere i propri livelli occupazionali piuttosto che d'incrementarli. Inoltre, la loro proposta turistica (villaggi vacanze, viaggi collettivi ecc.) ha cominciato a essere meno attraente per i clienti più evoluti, che si sono orientati verso il "nuovo turismo culturale" – mostre, eventi, festival musicali e di letteratura, vacanze "verdi" e naturalmente enogastronomia – tutte forme di vacanza che hanno piuttosto sollecitato la nascita di imprese individuali o di impieghi nel settore pubblico (Apt, assessorati alla Cultura e al Turismo ecc.). Particolarmente delicato quest'ultimo aspetto. Infatti, com'è noto, le assunzioni nel pubblico impiego sono bloccate da diversi anni, mentre all'estero le istituzioni che promuovono il turismo culturale raggiungono spesso dimensioni consistenti: è il caso, tra i tanti,

dell'English Heritage, l'ente pubblico britannico incaricato di proteggere e promuovere i luoghi d'interesse storico, che vanta un attivissimo staff di ben 1.650 persone. Chi volesse fare un confronto con le miserande condizioni in cui versano le nostre istituzioni pubbliche turistiche ne ricaverebbe certo conclusioni sconcertanti...

Buona volontà ma poche competenze

Che si guardi al settore pubblico o alle imprese, negli addetti si trova spesso più esperienza e buona volontà (nel migliore dei casi) che solide competenze; gli operatori sono giunti alla loro presente occupazione attraverso i percorsi più vari e differenziati, ma purtroppo quasi mai specifici. Da qui politiche di sviluppo e promozionali superate sin dal loro nascere, ingenuamente rivolte a un turista che non c'è più, e da tempo. Per questo un rilancio del turismo passa anche attraverso un ricambio generazionale del quale sarebbero da investigare i tempi e i modi. Sappiamo, a titolo d'esempio, che un fenomeno analogo interesserà la scuola di ogni ordine e grado nei prossimi anni, con massicce ondate di pensionamenti e nuovi ingressi, ma poco sappiamo del comparto turistico. È anche possibile che le nuove generazioni siano giunte sul mercato con qualche anticipo sui tempi, oltre che, come s'è detto, in una congiuntura infelice.

Proposte per il futuro

Concludiamo con delle proposte concrete: la prima di introdurre forme di valutazione (e conseguente rating) nella formazione turistica; la seconda di monitorare i tempi del ricambio generazionale negli impieghi turistici, specie pubblici. Tutto questo nel contesto di un dialogo necessario tra imprese turistiche, enti pubblici e Università al quale lavoriamo da anni¹ ma che resta ancora nelle fasi di una anche cordiale, ma certo non approfondita, frequentazione a distanza. ✨

¹ Si veda ad esempio Il turismo contemporaneo: cultura e mondo d'impresa, Casagrande, Lugano, 2001.