

Questioni poste in occasione dell'audizione dell'Unioncamere sull'AG 327 in data 22 marzo 2011.

Con riferimento ai **ristoranti italiani nel mondo** e ai disegni di legge all'esame della commissione su tale materia, il sistema camerale pur valutando opportuna l'emanazione di una Legge nazionale, ritiene che questa debba rivestire un carattere di "legge cornice" che possa valorizzare quanto realizzato sino ad oggi in tema di ristorazione nel mondo, costituendo così un punto di riferimento oggettivo.

In particolare si condivide l'idea di istituire presso il Ministero dello Sviluppo Economico un Comitato per la tutela e la promozione della ristorazione italiana nel mondo, le cui funzioni potrebbero concentrarsi sul coordinamento delle iniziative promozionali da veicolare presso la rete dei ristoranti italiani all'estero. Sui temi della certificazione il Comitato sarebbe invece incaricato di esaminare e riconoscere i disciplinari tecnici rispetto ai quali verrebbero rilasciate le certificazioni, evitando duplicazioni e sovrapposizioni di iniziative.

A tal fine, si ritiene importante valorizzare quanto realizzato dal Sistema Camerale dal 1997 ad oggi con la certificazione di qualità dei servizi turistici Ospitalità Italiana e con la più recente estensione di questo progetto ai Ristoranti Italiani all'Estero, grazie alla rete delle Camere di Commercio in Italia e nel mondo, con l'obiettivo, anche in questo caso, di riconoscere e valorizzare la qualità del servizio e proteggere il prodotto italiano.

Alla data del 26.03.2011 sono 1.100 i ristoranti candidati in 44 Paesi e 650 ristoranti certificati a seguito di visita ispettiva annuale curata dalla locale Camera di commercio.

Sulla **formazione** più utile per il settore del turismo si evidenzia che confrontando la composizione della domanda di lavoro espressa dalle aziende turistiche per il 2010 con quella che si registra per l'economia nel complesso (dati Excelsior), emergono due situazioni diverse: nel turismo vi è una netta prevalenza di profili intermedi (ad es. personale addetto alla preparazione di cibi, camerieri, baristi, nonché personale addetto alla reception nelle strutture ricettive), mentre nel complesso dell'industria e dei servizi tali profili sono circa un terzo del totale, unitamente a quote maggiori sia di figure high-skill sia di figure operaie o non qualificate (low-skill).

Relativamente poco diffuse - rispetto a quanto accade mediamente negli altri settori - sono le esigenze di formazione integrativa che le imprese del settore turistico prevedono per il personale che intendono inserire in organico.

Nel 2010, come del resto è accaduto l'anno precedente, per meno di due terzi dei nuovi assunti in imprese turistiche è prevista la partecipazione a iniziative di formazione integrativa (che possono avvenire sia mediante corsi, sia con affiancamento dei nuovi assunti a personale esperto) a fronte di una media di tutti i settori che si attesta attorno al 74%.

Occorre segnalare che in base ai dati Excelsior si è previsto che nel 2010 sarebbero state soprattutto le imprese più grandi a realizzare la maggior parte delle attività formative: la quota di neoassunti nelle grandi imprese (con 250 o più dipendenti) che devono essere ulteriormente "formati" sfiora il 93% del totale. Nelle imprese di media dimensione (fra i 50 e i 249 dipendenti) la quota scende al 77% e in quelle più piccole (al di sotto dei 50 dipendenti) si attesta attorno al 55%.

Ribadendo che la funzione di **osservatorio economico delle Camere di commercio ed in particolare Excelsior** rappresenta una unicità da valorizzare, si sottolinea che il carattere discontinuo e fortemente selettivo dei recenti segnali di ripresa economica - con le evidenti conseguenze sull'evoluzione del mercato del lavoro - ha portato ad enfatizzare la necessità di potenziare le iniziative di monitoraggio della domanda di professioni manifestata nel breve termine dalle imprese nei diversi settori di attività economica e nei diversi contesti territoriali.

In questo scenario, è stata positivamente valutata la possibilità - in via sperimentale già a partire dal 2010, con riferimento alle macro-ripartizioni geografiche - di sviluppare ulteriormente il Sistema Informativo Excelsior, per il triennio 2011-2013 con l'obiettivo di ricavare indicazioni sulla domanda di lavoro espressa dalle imprese operanti nell'industria e nei servizi su un orizzonte temporale trimestrale e, a regime (metà 2011), per tutte le province, in modo da contribuire in maniera ancor più efficace alla strumentazione informativa necessaria a rilevare i fabbisogni di competenze delle imprese italiane al maggior livello di articolazioni professionali e formative possibili.

Una attenzione sempre maggiore è stata poi dedicata già dal 2010 alla predisposizione di iniziative di sensibilizzazione e condivisione dei risultati delle indagini Excelsior a livello locale, volte a favorire e sostenere un incontro dinamico e flessibile tra domanda e offerta di lavoro a livello territoriale, attraverso un più efficiente raccordo tra i sistemi di istruzione e formazione, da un lato, e le esigenze del mercato del lavoro (con particolare riferimento alle opportunità di lavoro alle dipendenze nelle imprese industriali e terziarie), dall'altro. Per questo motivo, particolare enfasi è stata data alle analisi finalizzate all'individuazione degli specifici fabbisogni di competenze (tecnico-specialistiche e trasversali), in modo da fornire indicazioni utili a rispondere in maniera più puntuale ai fabbisogni professionali nei settori e nei territori in cui le imprese operano e contribuire così alla riduzione del disallineamento tra domanda e offerta di lavoro.

Sulla questione di come **contemperare le esigenze di definire una politica nazionale con la ripartizione costituzionale** in materia di turismo si ritiene che, fermo restando il disposto costituzionale che prevede la competenza delle Regioni, sia importante anche assicurare la possibilità di definire politiche nazionali sia in relazione alla governance che per alcuni strumenti come la classificazione delle strutture ricettive o la promozione sui mercati esteri. La Conferenza Nazionale del Turismo, prevista nello schema di D.Lgs., consente solo in parte di creare un ambiente in cui politiche nazionali e locali trovino fattore comune e per questo si ritiene opportuno individuare un quadro normativo a livello nazionale.

Quanto alla questione della certificazione di qualità ed alla esigenza di contemperare **obbligatorietà e volontarietà** si ritiene che l'obbligatorietà vada riferita principalmente ad elementi strutturali quali la classificazione delle strutture ricettive, che deve avere carattere nazionale al fine di omogeneizzare il comportamento delle imprese all'interno del territorio italiano. Da questo punto di vista il disposto del Codice del Turismo, seppure suscettibile di ulteriori miglioramenti, può assicurare questa visione unitaria.

Diverso è invece il discorso per quanto riguarda i marchi di qualità. Questi sono infatti relativi alla qualità del servizio al cliente e dovrebbero evidenziare:

- quelle strutture che, pur appartenendo ad una certa categoria, intendono garantire al cliente una qualità del servizio che può essere di livello superiore a quella prevista per la categoria di appartenenza;
- l'aderenza a quei valori (tipicità) che il territorio in cui la struttura è immersa, intende dare;
- l'impegno delle strutture sui temi della responsabilità sociale e del rispetto ambientale.

Per le sue proprie caratteristiche e perché fa riferimento a specifiche sensibilità dell'impresa che hanno a che fare con strategie commerciali, dunque, il marchio di qualità non può che essere volontario.

La valorizzazione e la conseguente integrazione delle **associazioni di categoria** all'interno del Codice del Turismo, con particolare riferimento ai percorsi formativi, è ritenuta di particolare importanza, in quanto le associazioni, oltre alla capacità che queste hanno di far crescere la qualità dei servizi delle strutture attraverso azioni di accompagnamento (affiancamento e formazione), sono in grado di far emergere esigenze comuni che possono caratterizzare una migliore fruibilità dei servizi turistici delle imprese di fronte alla PA locale o nazionale.