



## Check-in



Care lettrici,  
cari lettori,

il programma d'impulso 2016–2019 è diventato realtà! Nella sessione autunnale 2015 il Parlamento ha approvato lo stanziamento dei fondi necessari e, pertanto, nel periodo 2016–2019 si investirà molto di più nella promozione del turismo. In pratica, altri 10 milioni di franchi andranno a incrementare i fondi federali per Innotour, che ammontano così a 30 milioni. Inoltre, la Nuova politica regionale disporrà di 200 milioni di franchi in più da destinare al turismo.

Si ricorda che con il programma d'impulso la Confederazione vuole offrire incentivi per modernizzare le strutture alberghiere, moltiplicare le offerte turistiche innovative e di qualità, e ottimizzare le forme di cooperazione a livello di aziende turistiche e di destinazioni. La Confederazione si propone altresì di attenuare e seguire i cambiamenti strutturali, cui l'iniziativa sulle abitazioni secondarie ha impresso una forte accelerazione. Pur concentrandosi prevalentemente sull'innovazione, sulla qualità e sulla cooperazione, il programma d'impulso aiuta anche a far fronte agli effetti negativi derivanti dall'apprezzamento del franco.

La Confederazione ha fatto la sua parte. Ha dato un chiaro segnale, dimostrando inequivocabilmente di credere nel turismo. Ora tocca al settore turistico sviluppare e realizzare progetti promettenti. Progetti che segnano l'inizio di una nuova era, positiva e sostenibile, in cui le sovvenzioni trasversali derivanti dalle abitazioni secondarie siano sì ancora possibili, ma solo in casi eccezionali e non come presupposto per un turismo di successo.

Dr. Eric Jakob

Ambasciatore, capo della Direzione per la promozione della piazza economica

## Tema di fondo: programma d'impulso 2016–2019

### Focus sulla politica

1 | Un'opportunità per il turismo

### Best practice

4 | Promuovere insieme i castelli

5 | Nuove strategie per il turismo nei Grigioni

### Formazione e il perfezionamento

6 | Successo a tutti i livelli della formazione

## Focus sulla politica: programma d'impulso 2016–2019

# Un'opportunità per il turismo

L'iniziativa sulle abitazioni secondarie e l'apprezzamento del franco costringono gli operatori turistici a imboccare nuove strade. Il programma d'impulso della Confederazione è concepito al fine di sostenerli.

Richard Kämpf e  
Christoph Kuhn, SECO

In molte regioni, la nuova legislazione concernente l'iniziativa sulle abitazioni secondarie modifica le condizioni quadro per lo sviluppo turistico ed economico, limitando fortemente, e in particolar modo, il cosiddetto modello di finanziamento trasversale – prima molto diffuso tra le aziende alberghiere – che faceva leva sulla vendita o sulla locazione delle abitazioni secondarie.

In molti Comuni, inoltre, le entrate fiscali riconducibili alle abitazioni secondarie potrebbero crollare, con ripercussioni negative sul finanziamento delle infrastrutture turistiche di base. C'è il ri-

schio, dunque, che si investa di meno e che, di conseguenza, il turismo svizzero perda attrattiva e terreno in termini di competitività.

Tuttavia, l'iniziativa sulle abitazioni secondarie rappresenta anche un'opportunità per il turismo svizzero, in quanto sprona il settore a trovare nuovi modelli di crescita e finanziamento sostenibili, che non contemplano necessariamente il finanziamento trasversale. Per sfruttare quest'opportunità, il turismo svizzero deve adeguarsi alle nuove condizioni quadro. Una sfida resa ancora più difficile dalle questioni aperte riguardanti i nuovi modelli di crescita e finanziamento, ma anche dall'apprezzamento del franco, ►►



Ostelli della Gioventù Svizzeri

Ecco come si fa innovazione nel turismo: l'ostello della gioventù inaugurato a Saas-Fee nel 2014 è dotato di 168 posti letto, zona wellness, sala fitness e piscina coperta.

## Focus sulla politica: programma d'impulso 2016–2019



Un esempio di prodotto turistico di pregio: il nuovo Grand Tour of Switzerland tocca 44 luoghi di interesse turistico, 22 laghi e 5 passi alpini.

► che vincola capacità togliendole, ad esempio, allo sviluppo di prodotti innovativi e di alta qualità.

Non sono poche le aziende che potrebbero non essere all'altezza dei compiti che le aspettano. I cambiamenti strutturali che stanno interessando il turismo svizzero sono destinati a accelerare il passo. Con il programma d'impulso 2016–2019 la Confederazione vuole attenuare e seguire la trasformazione strutturale e, nel contempo, incentivare il turismo a sfruttare nel miglior modo possibile le opportunità offerte dalla nuova legislazione concernente l'iniziativa sulle abitazioni secondarie.

### Promozione turistica orientata ai progetti

Innotour e la Nuova politica regionale (NPR) rappresentano due validi strumenti di promozione turistica orientati ai progetti. Insieme, consentono di raggiungere un buon numero di obiettivi che spaziano dalla promozione dell'innovazione al finanziamento delle basi del sapere e dei model-

li aziendali, passando per la promozione delle cooperazioni e delle infrastrutture.

Innotour e la NPR sono strumenti complementari che, se opportunamente combinati, consentono di sostenere un gran numero di misure utili al riorientamento delle destinazioni e delle imprese turistiche. Innotour promuove principalmente i progetti nazionali, mentre la NPR sostiene prevalentemente i progetti a carattere regionale. Nulla toglie, tuttavia, che Innotour possa promuovere anche progetti locali o regionali esemplari. Per finanziare adeguatamente le misure d'impulso, i fondi Innotour per il periodo 2016–2019 sono stati aumentati di 10 milioni di franchi, salendo così a 30 milioni di franchi. Nello stesso periodo, la NPR destinerà al programma d'impulso altri 200 milioni di franchi, che vanno ad aggiungersi ai fondi ordinari, una parte cospicua dei quali già destinati al turismo. Detti fondi hanno ottenuto l'approvazione del Parlamento nella sessione autunnale 2015.

### Impulsi in quattro orientamenti

In vista delle imminenti sfide che ci si appresta a affrontare, il programma d'impulso ha individuato quattro orientamenti per promuovere ancora più incisivamente il turismo. Per garantire la competitività del turismo svizzero, occorre mantenere o addirittura migliorare la qualità delle infrastrutture del settore alberghiero nonostante il peggioramento del contesto finanziario. La Confederazione ha compiuto un importante passo avanti in tal senso, potenziando e rendendo più flessibile la promozione garantita dalla Società svizzera di credito alberghiero. Inoltre, il programma d'impulso sostiene, come primo orientamento, la modernizzazione del settore alberghiero attraverso Innotour e NPR. Promettono bene soprattutto i progetti alberghieri che sfruttano le sinergie con le infrastrutture turistiche esistenti (centri benessere, sale congressi, infrastrutture sportive e ricreative). Un buon esempio in questo campo è rappresentato dal nuovo ostello per la gioventù di Saas-Fee.

Il turismo svizzero è penalizzato da una scarsa competitività dei prezzi e dei costi; un problema ulteriormente aggravato dall'apprezzamento del franco. Un prezzo elevato può imporsi sul mercato solo se la qualità del prodotto turistico è altrettanto elevata o, meglio ancora, se il prodotto offerto è unico nel suo genere. Il turismo svizzero necessita di innovazioni continue e deve puntare soprattutto sulla qualità. Per questo motivo, il secondo orientamento del programma d'impulso riguarda il rafforzamento dello sviluppo della qualità e dei prodotti.

Nel contesto del migliorato sviluppo della qualità e dei prodotti, il terzo orientamento sostenuto da Innotour e dalla NPR è l'ottimizzazione delle strutture e la promozione delle cooperazioni. Grazie all'ottimizzazione delle strutture a livello di imprese e di cooperazione, è possibile sfruttare le sinergie esistenti, superare la scarsa competitività dei costi, migliorare l'offerta e intensificare lo sfruttamento delle capacità. L'esempio dell'Associazione «I castelli svizzeri» (v. pagina 4) dimostra che è possibile cooperare anche a grande distanza. Inoltre, le strutture di una destinazione devono essere orientate in maniera flessibile ai flussi della domanda. In tal modo, è più facile captare le nuove esigenze degli ospiti e individua- ►►

## Focus sulla politica: programma d'impulso 2016-2019

### Il turismo, una priorità della NPR

In quanto settore centrale orientato all'esportazione, il turismo gioca un ruolo fondamentale nelle zone che beneficiano degli aiuti da parte della Nuova Politica Regionale. Esso rappresenta dunque un'importante priorità promozionale nell'ambito della NPR. Quest'ultima sosterrà i cambiamenti strutturali del turismo svizzero necessari per rendere più competitive le singole destinazioni e quindi anche la piazza turistica svizzera a livello internazionale. La NPR promuove gli operatori e le destinazioni che occupano una posizione strategica, che hanno un profilo conforme al mercato, che creano offerte innovative e volte alla produzione di valore aggiunto, orientate sistematicamente alle esigenze dei clienti. La NPR si preoccupa in particolare di consolidare le cooperazioni.

Come per Innotour, anche nell'ambito della NPR non è consentito promuovere singole aziende. La NPR si concentra piuttosto sui lavori di base e sui progetti nel settore preconcorsionale, di cui beneficiano numerose imprese, settori o catene di valore aggiunto.

Anche le statistiche attestano l'importanza delle iniziative di promozione turistica adottate dalla NPR. Nel periodo 2012-2015, il 36 per cento di tutti i progetti NPR, il 22 per cento dei contributi a fondo perso e l'80 per cento dei prestiti NPR concessi hanno agevolato proprio il turismo. Con il programma d'impulso 2016-2019, il turismo assumerà ancora più importanza nell'ambito della NPR. Il programma riconosce una speciale priorità promozionale agli alloggi turistici e alle infrastrutture che giocano un ruolo di primo piano a livello di destinazioni.

### Fare domanda al Cantone

Diversamente da quanto avviene per Innotour, i promotori dei progetti interessati non possono chiedere di usufruire dei fondi NPR direttamente alla Confederazione. L'attuazione della NPR spetta piuttosto ai Cantoni, i quali stipulano con la Confederazione delle convenzioni di programma quadriennali in cui definiscono i loro obiettivi di sviluppo in termini di economia regionale. Queste convenzioni sono basate su un programma d'attuazione in cui i Cantoni stabiliscono le proprie priorità promozionali e che tiene conto sia delle direttive federali che delle esigenze cantonali. I Cantoni favoriscono l'attuazione di quei progetti che vanno nella stessa direzione dei loro obiettivi di programma. L'interlocutore dei promotori dei progetti è pertanto il servizio specializzato per la politica regionale del Cantone interessato.

► re eventuali lacune nella filiera dei servizi turistici.

Non si sa ancora in che modo le nuove condizioni quadro si ripercuoteranno sul turismo. Questa incertezza frena il processo di adeguamento del settore. Il quarto orientamento ovvero il rafforzamento dello sviluppo e della divulgazione delle conoscenze mira proprio a individuare e colmare le lacune a livello di conoscenza. In tutto questo, Innotour può, da un lato, finanziare gli studi commissionati dalla SECO e, dall'altro, sostenere anche indagini esterne, come dimostra l'esempio delle strategie per il turismo grigionese (v. pagina 5). Le conoscenze così acquisite, unitamente alle buone pratiche, dovranno essere messe a disposizione dei Cantoni e del settore del turismo per permettere loro di lanciare iniziative promettenti e di adottare le misure più opportune.

### Orientamenti del programma d'impulso

- Modernizzazione del settore alberghiero
- Rafforzamento dello sviluppo della qualità e dei prodotti
- Ottimizzazione delle strutture e promozione delle cooperazioni
- Rafforzamento dello sviluppo e della divulgazione delle conoscenze

### Informazioni

[www.seco.admin.ch/innotour](http://www.seco.admin.ch/innotour) (Promozione della piazza economica/Turismo)



Un ulteriore esempio dall'Alto Vallese: dalla fine del 2014 l'impianto termale di Brigerbad offre anche varie vasche interne e un'area wellness, spa e fitness. L'ampliamento sostenuto dalla NPR per permettere di utilizzare l'impianto tutto l'anno valorizza in modo importante le infrastrutture turistiche dell'Alto Vallese.

## Best Practice: associazione «I castelli svizzeri»



Il castello di Gruyères, uno dei 17 castelli dell'associazione.

# Promuovere insieme i castelli

**Fino ad oggi, castelli e fortezze erano segnalati sulle cartine turistiche come monumenti regionali o come prodotti di nicchia. Adesso, l'associazione «I castelli svizzeri» intende dar loro rilievo a livello nazionale.**

**Karin Wecke, associazione «I castelli svizzeri»**

Utilizzati un tempo come residenze di famiglia, roccaforti o edifici di rappresentanza, molti castelli e fortezze sono ormai diventati meta di un vasto pubblico. Queste antiche costruzioni sono anche scrigni di secoli di storia e segni distintivi della regione in cui sorgono. Dal punto di vista turistico, finora sono stati commercializzati soprattutto a livello regionale.

### Una piattaforma di presentazione comune

Da gennaio 2015, 17 castelli e fortezze ubicati in nove Cantoni e tre regioni linguistiche collaborano all'associazione «I castelli svizzeri», per sfruttare meglio il potenziale turistico-culturale di questi siti storici. L'associazione intende posizionare i castelli e le fortezze a livello nazionale e attirare visitatori dalla Svizzera e dall'estero, per far loro scoprire tutta la suggestività di questi luoghi. Parallelamente, si adopera anche per promuovere lo scambio di conoscenze fra i castelli.

Nel primo anno dalla sua fondazione l'associazione ha sviluppato standard qualitativi e una piattaforma di presenta-

zione comune. Un sito web e un opuscolo in quattro lingue forniscono informazioni sulla sua offerta. All'associazione possono naturalmente aderire anche altri castelli di vocazione turistica e culturale.

### Prima giornata svizzera dei castelli

A partire dal 2016 i castelli e le fortezze organizzeranno congiuntamente programmi interessanti quali: la prima giornata svizzera dei castelli; un programma di vacanza per i bambini; una serie di manifestazioni in più lingue dedicata alla musica e alle opere liriche. Uno storico si occuperà di effettuare delle ricerche sugli aspetti storico-architettonici che accomunano i castelli; i risultati della sua indagine saranno inseriti nel programma.

vera e propria sfida. La collaborazione e la commercializzazione congiunte sono un territorio inesplorato, non solo per i membri dell'associazione, ma anche per i rispettivi collaboratori. Il progetto richiede una strategia chiara e una stretta collaborazione per la direzione dell'associazione – costituita da volontari – i soci e la responsabile del progetto.

Nella fase iniziale l'associazione sarà sostenuta da Innotour e dal Fondo Swislos del Canton Argovia. La valutazione fornita da Innotour ha offerto anche un prezioso punto di vista esterno sul progetto. I contributi finanziari consentiranno all'associazione di attuare la propria strategia e i propri obiettivi, traducendoli in attività concrete.



Inoltre, è in fase di studio il progetto «Andare per castelli», che proporrà all'associazione Sentieri Svizzeri dieci escursioni a piedi. I programmi saranno pubblicati on-line e in un opuscolo che nell'autunno del 2016 sarà inviato ai 300 000 sostenitori di Sentieri Svizzeri.

### Un territorio inesplorato sotto molti aspetti

Per i castelli e le fortezze farsi conoscere a livello nazionale e multilinguistico è una

### Panorama

#### Atout Innotour

Riuniti nell'associazione «I castelli svizzeri», i 17 edifici storici intendono sfruttare meglio il loro potenziale turistico-culturale e commercializzare congiuntamente le proprie offerte a livello nazionale.

#### Durata del progetto

Fase iniziale: 2015

#### Contatto

Associazione «I castelli svizzeri»  
c/o Museo dell'Argovia, Wildegg,  
+41 (0)62 887 12 12,  
karin.wecke@ag.ch,  
www.dieschweizerschloesser.ch

Best Practice: iniziativa «Strategie per il turismo grigionese»

# Nuove strategie per il turismo nei Grigioni

Come possono le località turistiche dei Grigioni sopravvivere in un contesto competitivo difficile come quello odierno? Il Forum economico dei Grigioni ha messo a punto tre strategie di fondo che possono fornire validi spunti anche a altre regioni turistiche.

## Peder Plaz, Forum economico dei Grigioni

Negli ultimi 20 anni, il numero dei pernottamenti nei Grigioni è drasticamente diminuito (v. grafico). In questo contesto, il Forum economico ha lanciato l'iniziativa «Strategie per il turismo grigionese», al fine di dare il via a un urgente dibattito e contribuire al riorientamento dell'economia del turismo. La scorsa estate, il Forum economico dei Grigioni ha presentato le seguenti tre strategie di fondo:

### A. Recuperare terreno nel settore delle vacanze

L'apprezzamento del franco svizzero, la diminuzione dei prezzi dei biglietti aerei e una concorrenza globalizzata hanno fatto perdere molti punti ai Grigioni sui mercati internazionali nel settore delle vacanze settimanali. Questo settore può essere riconquistato solo migliorando nettamente il rapporto prezzo-prestazioni. Il Forum economico dei Grigioni ritiene che si dovrebbe puntare sulla riduzione dei costi strutturali attraverso, ad esempio, un utilizzo congiunto delle infrastrutture o un'integrazione verticale delle prestazioni.

### B. Sviluppare il settore viaggi

Fortunatamente il settore dei viaggi brevi e del touring sta facendo registrare un notevole incremento della domanda a livello internazionale ed è meno sensibile ai

prezzi rispetto al settore delle vacanze. Per gli ospiti, gli aspetti che contano maggiormente sono il comfort e il fattore esperienziale. Per entrare nel settore del touring con turisti provenienti da oltreoceano, soprattutto dalla Cina, occorre integrare nei viaggi europei la tipica esperienza svizzera, con le sue montagne, la neve e lo shopping degli orologi. Per accrescere sensibilmente il numero degli ospiti europei, gli operatori turistici grigionesi dovrebbero creare e commercializzare dei pacchetti di vacanze brevi a tema e spiccatamente caratteristiche.

### C. Mantenere l'attrattiva delle infrastrutture

Il calo dei pernottamenti minaccia la redditività di molte infrastrutture turistiche, la cui esistenza è spesso determinante per l'attrattiva della località. Nelle destinazioni in cui i proprietari di abitazioni secondarie rappresentano il gruppo più numeroso in termini di presenze turistiche, per garantire la sussistenza delle infrastrutture del turismo si potrebbe ricorrere a un modello di finanziamento simile a quello di un golf club. In pratica, tutte le economie domestiche (abitanti del posto e pro-



L'app Get inspired! lanciata nel 2015 da Davos e Klosters propone idee per andare all'avventura, rilassarsi e divertirsi.

prietari di abitazioni secondarie) dovrebbero versare un contributo annuo. In cambio, tutti i membri delle famiglie paganti e i loro amici avrebbero la possibilità di usufruire gratuitamente dell'infrastruttura finanziata. Tale modello di finanziamento comporta un maggiore coinvolgimento dei proprietari di abitazioni secondarie nelle decisioni che riguardano la strutturazione dell'offerta.

### Le strategie hanno suscitato interesse

La scorsa estate, alla presentazione dei risultati dello studio sulle strategie hanno partecipato più di 80 rappresentanti delle principali località turistiche dei Grigioni, che hanno discusso sulle strategie e sugli interventi che sarebbe auspicabile compiere. I primi esempi, come la nuova funzione «get inspired» sul sito web dell'ente del turismo di Davos-Klosters, dimostrano che il settore ha recepito l'importanza degli impulsi proposti.

Le strategie elaborate per i Grigioni possono fornire validi spunti anche ad altre località turistiche che hanno subito un calo dei pernottamenti. La messa a punto delle strategie è stata finanziata da Innotour.

### Informazioni

www.wirtschaftsforum-gr.ch  
(Themen/Projekte)

## Panorama

### Atout Innotour

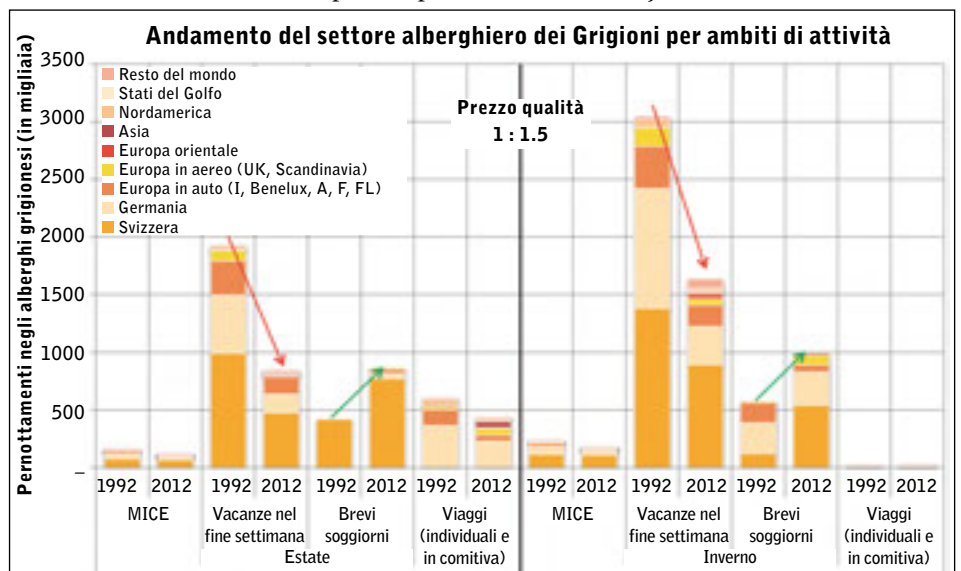
L'iniziativa «Strategie per il turismo grigionese» fornisce validi spunti per un nuovo orientamento settoriale volto a garantire la sostenibilità del turismo.

### Durata del progetto

Primavera 2013 – estate 2015

### Contatto

Forum economico dei Grigioni, Coira  
+41 (0)81 253 34 34,  
info@wirtschaftsforum-gr.ch  
www.wirtschaftsforum-gr.ch



Andamento del settore alberghiero dei Grigioni per ambiti di attività. Tra il 1992 e il 2012 i soggiorni brevi sono aumentati, mentre le vacanze settimanali sono drasticamente diminuite.

## La formazione e il perfezionamento nel turismo

# Successo a tutti i livelli della formazione

**Grazie a nuovi corsi di formazione e alla standardizzazione dei diplomi, la formazione professionale nel turismo esce a testa alta dal confronto con altri settori. Lo dimostra uno studio condotto per la SECO dall'Unità di ricerca Turismo (CRED) dell'Università di Berna, che evidenzia un aumento dei diplomi conseguiti negli ultimi anni.**

**Therese Lehmann Friedli e Monika Bandi, Università di Berna (CRED)**

La professionalità degli operatori del settore turistico dipende da una ricca offerta di corsi di formazione e di perfezionamento nel turismo. Per questo motivo, la formazione è un tema importante anche per la politica del turismo nazionale.

### Standardizzazione della formazione professionale di base

Negli ultimi anni la struttura delle professioni nella formazione professionale di base è stata standardizzata in tutti i settori del turismo. Oggi tutte le formazioni professionali di base terminano con il conseguimento di un attestato federale di capacità (AFC) o, talvolta, anche di un certificato federale di formazione pratica (CFP).

Nel 2008, il numero dei diplomi conseguiti nel settore alberghiero e della ristorazione ha superato le 3000 unità (v. grafico). Fino al 2012, la percentuale degli AFC conseguiti nel turismo rispetto al totale degli AFC in tutti i settori si è mantenuta relativamente costante; questo perché anche gli altri settori hanno registrato un incremento dei diplomi. Nel 2013, invece, il numero dei diplomi nel settore alberghiero e della ristorazione ha subito una lieve flessione, facendo scendere la quota degli AFC nel turismo dal 5,7 al 5,3 per cento rispetto al totale degli AFC.

Negli ultimi anni le organizzazioni del mondo del lavoro (oml) hanno lanciato nuovi profili professionali nel turismo come quelli di Impiegato/a di gastronomia standardizzata AFC e di Meccatronico/a degli impianti di trasporto a fune AFC, nell'intento di tenere conto delle nuove esigenze del mercato e offrire una preparazione migliore.

### Richiesta la formazione professionale superiore

La formazione professionale superiore (FPS) è rimasta negli ultimi anni relativamente stabile, con i diplomi di «Specialista turistico/a SSS» e «Albergatore/trice-risto-

ratore/trice SSS» offerti dalle scuole specializzate superiori (SSS) e con gli esami di professione e gli esami professionali superiori. Tuttavia, sono stati soppressi due cicli di studio a carattere generale, quello di «Specialista di management in turismo APF» e quello di «Esperto/a turistico/a EPS».

Il maggior numero di diplomi è stato conseguito con gli esami di professione a carattere specialistico di «Maestro/a di sport sulla neve APF» e «Capocuoco/a APF». Anche l'esame di professione per diventare «Specialista degli impianti di trasporto a fune» ha fatto registrare un forte incremento.

Il numero crescente dei diplomi conseguiti con gli esami di professione e gli esami professionali superiori potrebbe dipendere anche dal dibattito politico che si è acceso intorno al valore della formazione professionale duale; dibattito che ha fortemente rivalutato questo sistema. Punti di forza importanti di questi cicli di formazione sono il valore dato alla competenza, l'orientamento alle esigenze del settore e la chiarezza dei profili professionali. Aumentano i posti di lavoro per i quali è previsto, o addirittura richiesto, un diploma di studi superiori. Per quanto concerne le scuole specializzate superiori (SSS), i diplomi di «Albergatore/trice-ristoratore/trice SSS» sono in aumento. Con 450 diplomati all'anno, tra tutti i settori questo titolo SSS si è piazzato al terzo posto per numero di diplomi conseguiti, dopo il settore delle cure infermieristiche e quello di economia aziendale.

Dal 2008 al 2010, invece, è diminuito il numero dei diplomi di «Specialista turistico/a SSS». Anche se dal 2010 si è profilata una ripresa, i livelli toccati prima del 2007 non sono più stati raggiunti. Questa tendenza si spiega con il mancato riconoscimento di questo diploma a livello internazionale, ma anche con il suo costo elevato. È vero che negli ultimi anni la Confederazione ha aumentato i contributi alle tasse d'esame e ai Cantoni, ma le tasse di studio e d'esame della FPS continuano a essere più elevate



Meccatronico/a degli impianti di trasporto a fune AFC, una delle nuove professioni nel turismo.

rispetto a quelle delle scuole universitarie professionali (v. intervista a pagina 7).

### Ampliamento dell'offerta delle scuole universitarie professionali

Le scuole universitarie professionali (SUP) stanno assumendo un ruolo di primo piano nel panorama formativo turistico. Offrono cicli di formazione rilevanti per il turismo sia in senso stretto (turismo/hospitality) che in senso lato (facility management). Negli ultimi dieci anni, le offerte sono aumentate e si sono diversificate sotto il profilo tematico.

Il ciclo di studio BA del settore alberghiero registra da anni un alto gradimento sia a livello nazionale che internazionale. Nel 2014, come già nel 2011, in questo settore sono stati conseguiti più di 500 diplomi.

I diplomi conseguiti nel ciclo di studi BA nel turismo sono meno numerosi rispetto a quelli conseguiti nel settore alberghiero; tuttavia, dal 2006 al 2013 sono passati da 33 a 200 unità. Questa tendenza si spiega con l'orientamento dei contenuti formativi di questo ciclo di studi, apprezzato e riconosciuto come un indirizzo ad ampio ►►

## La formazione e il perfezionamento nel turismo

► raggio economico aziendale. Tuttavia, proprio per la facilità con cui è possibile passare a un altro settore, c'è il rischio che questi neodiplomati non si collochino sul mercato del lavoro turistico.

Inoltre, a causa della riforma di Bologna e del suo chiaro sistema di crediti formativi, molti studenti hanno optato per un ciclo di studi presso una scuola universitaria professionale. In generale, negli ultimi anni le SUP hanno potuto contare su sostanziosi incentivi da parte dei Cantoni e della Confederazione, soprattutto sotto forma di contributi alle tasse di studio, incentivi per i campus e contributi all'esercizio. Il sostegno pubblico ha fatto emergere le SUP anche nel panorama della formazione turistica.

### Buona la performance del turismo

Per concludere, possiamo affermare che negli ultimi anni il turismo ha visto aumentare il volume sia della formazione professionale di base sia, in parte, della formazione professionale superiore, soprattutto a livello di scuole universitarie professionali. Il mercato formativo turistico è dunque riuscito a mantenere la propria percentuale di diplomi conseguiti rispetto agli altri settori della formazione professionale.

L'aumento dei titoli è dovuto, da un lato, alla creazione di nuovi profili professiona-

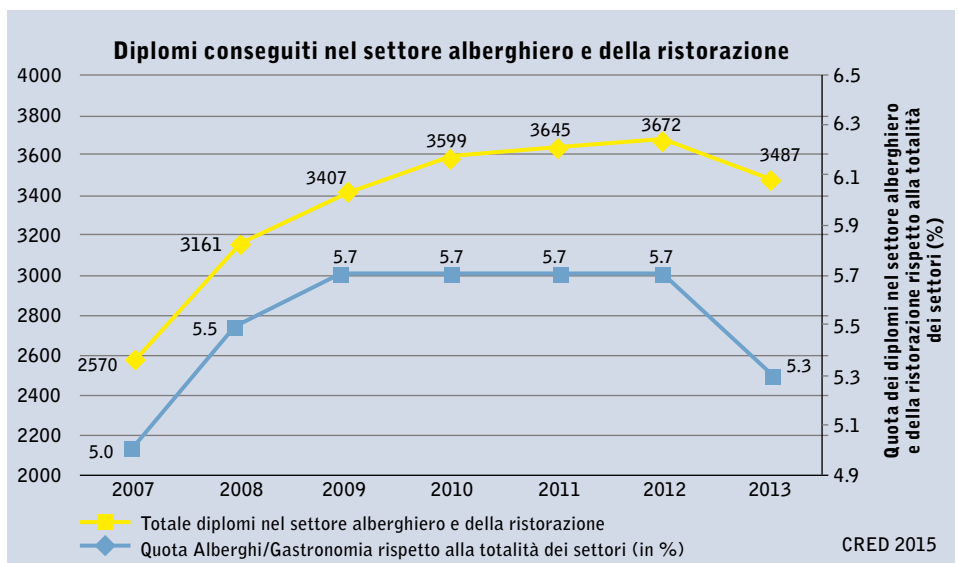
li e dalla coerente attuazione dei due titoli AFC e CFP nella formazione professionale di base; dall'altro, al fatto che le scuole universitarie professionali, in quanto istituti orientati all'applicazione pratica, hanno integrato e consolidato il sistema formativo.

Per quanto riguarda le scuole specializzate superiori, è vero che per un periodo l'ingresso delle scuole universitarie professionali nel mercato formativo ha fatto

diminuire il numero dei diplomi conseguiti; ma è altrettanto vero che, recentemente, sia i titoli SSS che i titoli SUP hanno consolidato la propria posizione. Anche nel campo della formazione i consumatori riconoscono e apprezzano la differenziazione dei profili.

### Informazioni

www.seco.admin.ch  
(Temi – Pubblicazioni)



Numero di diplomi conseguiti nel settore alberghiero e della ristorazione e relative percentuali rispetto agli altri settori (2007–2013).

### Formazione professionale superiore

## «Il settore turistico è chiamato a impegnarsi»

*Dal Suo studio emerge che negli ultimi anni la formazione e il perfezionamento professionale nel settore turistico hanno seguito un andamento molto positivo.*

**Therese Lehmann Friedli:** Sì, è un dato che ci fa molto piacere. Il settore ha svolto un ottimo lavoro standardizzando i diplomi, eliminando gli ostacoli tra i livelli formativi e all'interno di essi, lanciando nuovi profili professionali e aprendosi alle scuole universitarie professionali.

*Pensa che le principali sfide da affrontare riguardino la formazione professionale superiore?*

Il fatto che i diplomi della formazione professionale superiore non siano ancora riconosciuti all'estero è un problema enorme per un settore improntato all'internazionalità come il turismo. Molti dirigenti stranie-

ri che lavorano in Svizzera non conoscono questi titoli e dunque non possono valutarli. E invece queste formazioni sono anche molto impegnative.

*Ma la proposta del tanto auspicato professional bachelor è stata provvisoriamente rifiutata.*

A maggior ragione occorrono altre misure che aiutino questi titoli a essere più apprezzati a livello internazionale. Il fatto che la Svizzera adegui il proprio quadro nazionale delle qualifiche a quello europeo è un importante passo in avanti. Inoltre, i diplomi dovrebbero prevedere un supplemento in inglese. Il settore tu- ►

### Ricerca sul turismo



Dal 2013 **Therese Lehmann Friedli** è vice responsabile dell'Unità di ricerca Turismo dell'Università di Berna. La sua ricerca si concentra sulla qualità del servizio e sull'economia esperienziale ma anche sullo sviluppo sostenibile (clima/ambiente/energia) e sull'economia regionale.

Contatto: therese.lehmann@cred.unibe.ch

## La formazione e il perfezionamento nel turismo

► ristico è chiamato a impegnarsi molto insieme ad altri settori a favore di un migliore riconoscimento dei diplomi della formazione professionale superiore.

### **Tra gli svantaggi delle formazioni SSS che Lei cita nello studio vi sono anche i costi.**

Per gli studenti, i cicli di formazione SSS continuano a essere più cari di un ciclo di studi SUP. Il previsto passaggio alla modalità di finanziamento orientato alla persona può riequilibrare la situazione perché, in tal caso, i professionisti sarebbero sostenuti direttamente dalla Confederazione nel pagamento dei corsi e delle tasse. Sostenendo finanziariamente e idealmente le formazioni continue, anche i datori di lavoro possono contribuire a mantenere questi professionisti sul mercato del lavoro turistico. Del resto, il fatto che oggi molti di loro paghino di tasca propria gran parte delle formazioni continue dimostra che desiderano fortemente lavorare nel turismo.

### **Sempre più donne conseguono una formazione professionale superiore nel turismo.**

I datori di lavoro dovrebbero dimostrare una maggiore apertura verso il part-time, agevolare il reinserimento, anche nelle funzioni dirigenziali e per gli uomini. Così, gli operatori del settore potrebbero fare in modo che dei professionisti qualificati, motivati e con un buon bagaglio di esperienze restino nel turismo. A questo riguardo, c'è ancora molto da fare, come del resto in altri settori.



Scuola alberghiera di Thun

La formazione professionale superiore (nella foto alcuni studenti della scuola alberghiera di Thun) è di fondamentale importanza per il settore turistico.

### **Cos'altro potrebbe fare il settore turistico per invogliare i giovani a optare per una formazione turistica?**

Per attrarre i giovani che hanno voglia di studiare, è sicuramente importante trasmettere loro, oltre alle competenze specifiche del settore, anche delle competenze trasversali. La nuova professione in corso di elaborazione nel settore alberghiero comprende, ad esempio, il campo di attività molto vasto del ricevimento.

In futuro, inoltre, il turismo dovrebbe cercare di dare maggiore visibilità alle

proprie professioni. Sarebbe molto importante partecipare alle fiere specializzate o aprire le aziende ai diplomati. Nei confronti delle potenziali persone in formazione, il settore può fare molto di più per mettere in risalto i lati positivi del turismo: il piacere di soddisfare o addirittura superare le aspettative degli ospiti, l'internazionalità e la varietà culturale.

*Intervista: Daniel Schnyder*

### Contatto

Segreteria di Stato dell'economia SECO  
Politica del turismo, Innotour,  
Holzikofenweg 36, 3003 Berna

Davide Codoni,  
Vice Capo Settore



### Contatto

tourismus@seco.admin.ch  
T +41 (0)58 462 27 58  
F +41 (0)58 463 12 12

### Ulteriori informazioni

[www.seco.admin.ch/innotour](http://www.seco.admin.ch/innotour)

### Colophon

Editore: Segreteria di Stato dell'economia SECO, Direzione promozione della piazza economica, Politica del turismo, 3003 Berna; coordinazione e redazione: Dr. Schenker Kommunikation AG, Berna; versione italiana: Marina Graham, Gümliigen; versione francese: Liliane Morend, Troinex; grafica e tipografia: Stämpfli AG, Berna; tiratura: 1500 copie.

### Innotour: esempi di progetti

- Al via la 1ª tappa nella Svizzera orientale del processo interregionale per aprirsi a nuovi mercati grazie all'innovazione, St. Gallen Bodensee Tourismus, [www.st.gallen-bodensee.ch](http://www.st.gallen-bodensee.ch)
- Die Schweizer Schlösser – Les Châteaux Suisses – I Castelli Svizzeri – The Swiss Castles, Cooperazione nazionale tra castelli e fortezze di interesse turistico e culturale, Museum Aargau, [www.museumaargau.ch](http://www.museumaargau.ch)
- «Grand Tour of Switzerland»: per configurare i prodotti, difendere gli interessi e incentivare la domanda turistica in Svizzera, Associazione Grand Tour of Switzerland, c/o Svizzera Turismo, [www.grandtourofswitzerland.com](http://www.grandtourofswitzerland.com)
- Mettere in rete il patrimonio industriale svizzero per migliorare la visibilità delle offerte turistiche, Associazione «Industriekultour», alte Spinnerei, 8877 Murg am Walensee
- Piano generale per la valorizzazione del potenziale turistico del Bürgenstock Resort sul lago di Lucerna, Luzern Tourismus, [www.luzern.com](http://www.luzern.com)
- Quale futuro per gli impianti di risalita? Rapporto e manuale sulle strategie di sviluppo 2025, Funivie Svizzere, Impianti di risalita Zermatt, Flumserberg, Schilthorn, c/o grischconsulta, [www.grischconsulta.ch](http://www.grischconsulta.ch)
- «Rev'Oleïna: progetto alberghiero in rete», Association Rev'Oleïna, [www.revoleïna.ch](http://www.revoleïna.ch)
- Strategie per il turismo grigionese, Wirtschaftsforum Graubünden, [www.wirtschaftsforum-gr.ch](http://www.wirtschaftsforum-gr.ch)