

ELABORAZIONE REPORT E STUDI – PROGETTO VISTA COD. 32630

DOTT. ROBERTO MAURELLA

METODOLOGIA: il seguente lavoro si pone l'obiettivo di analizzare il contesto di riferimento in cui va ad operare la figura professionale in questione e gli eventuali sbocchi occupazionali – professionali.

Le analisi condotte sullo sviluppo del commercio e del turismo in Provincia di Lucca hanno evidenziato che, a fronte di un costante e progressivo incremento dell'incidenza e dell'importanza del settore sull'economia provinciale, realizzatosi negli ultimi anni¹, la attuale fase è caratterizzata da una netta crisi congiunturale (vedi Tabella 1).

Tabella 1. Il movimento nelle strutture ricettive della Provincia di Lucca nell'ultimo triennio

Anno	Arrivi	Presenze	
2007	894461	3845944	
	-2,42	-0,87	Variazione % 2007-2008
2008	872802	3812549	
	1,89	-5,06	Variazione % 2008-2009
2009	889328	3619571	

Fonte: elaborazione effettuata da Centro Sviluppo Commercio Turismo e Terziario sulla base dei dati statistici sul movimento turistico forniti dall'Osservatorio Turistico del Servizio Turismo e Promozione del Territorio della Provincia di Lucca

Sono inoltre profondamente cambiate le abitudini di consumo del prodotto turistico come si evince dalle molteplici analisi effettuate², le quali rendono possibile constatare che gli aspetti qualitativi della domanda di servizi turistici sono fortemente cambiati negli ultimi anni:

- I bisogni soddisfatti dall'esperienza vacanziera sono quantitativamente aumentati, e qualitativamente differenziati (bisogno di trasporto, di alloggio, di ristorazione, di svago, di riposo, di cura, di attività sportive, di benessere, di svolgimento di affari, ecc...)
- I segmenti di mercato intercettabili dall'offerta turistica si sono considerevolmente ampliati, toccando tipologie di utenti sinora lontani dalle forme di fruizione turistica, sia essa di massa che di nicchia
- Il consumatore si caratterizza per una maggiore autonomia nella scelta delle destinazioni, per una maggiore informazione e per la richiesta di servizi qualitativamente avanzati

Il mutamento qualitativo sta dunque caratterizzando la fruizione dell'offerta turistica a livello provinciale, ma ciò vale in generale per tutto il turismo toscano, e comporta a sua volta un mutamento dei fattori competitivi che animano il settore, andando a coinvolgere i ruoli degli operatori e dalle loro caratteristiche, ai sistemi territoriali e socio-economici, rendendo prioritario operare per la realizzazione di "prodotti turistici integrati", intesi come mix di attrattive materiali e immateriali che motivano l'arrivo di flussi turistici in determinati territori, insieme ai servizi che consentono la massima fruibilità di tali attrattive.

La valorizzazione dei vantaggi competitivi dati dalle risorse del territorio e la loro traduzione in fattori di sviluppo, passa necessariamente da un processo di qualificazione dell'offerta turistica e dallo sviluppo di un sistema integrato di servizi che concorrano ad affermare valori di unicità del territorio, in termini di naturalità dei luoghi e dei prodotti, degli stili di vita e delle attività della salute e del benessere, di qualità dell'accoglienza, in coerenza con politiche locali di sviluppo sostenibile.

In questo senso l'integrazione tra settore turistico e settore commerciale rappresenta un connubio strategico.

Il contatto diretto ed immediato con l'utenza che caratterizza entrambi i settori può avere

una duplice valenza: le due realtà possono costituire reciprocamente un elemento di sviluppo, il settore turistico può attrarre risorse, di cui, indirettamente, grazie alla permanenza dei turisti sul territorio, beneficia anche il settore commercio; il commercio può contribuire alla definizione del territorio provinciale come realtà accogliente ed ospitale e contribuire ad indirizzare turisti verso aree della provincia meno conosciute, diffondendo informazioni mirate e contribuendo ad uno sviluppo integrato dell'intera realtà provinciale.

Il commercio, in provincia di Lucca, è stato interessato negli ultimi anni da intensi processi di trasformazione e di ammodernamento. Oggi, il tessuto è composto da forme di commercio tradizionale, costituite da negozi di piccole o medie dimensioni a conduzione familiare e da imprese della grande distribuzione che dispongono di forme imprenditoriali evolute. Una lettura dei dati sulla consistenza delle imprese negli ultimi cinque anni, mette in evidenza andamenti pressoché invariati; nello specifico si assiste però ad una decisa flessione del comparto alimentare.

Se il commercio lucchese, da un punto di vista strutturale, presenta una situazione appena soddisfacente, considerato che negli ultimi anni il saldo tra imprese attive e cessate resta quasi invariato, non si può affermare la stessa cosa per i dati sulle vendite, i cui andamenti, come per il resto d'Italia, sono anche nel nostro territorio in forte contrazione.

In modo particolare il rallentamento ha colpito le imprese che operano sulle piccole superfici. Tra le piccole imprese, quelle che risentono maggiormente della fase negativa sono le meno strutturate (con meno di 2 addetti), mentre le medie imprese (da 3 a 5 addetti) contengono il rallentamento. Le imprese più strutturate (da 10 a 19 addetti) ottengono i risultati migliori.

Per quanto riguarda i comparti, tra i prodotti alimentari reggono le vendite negli esercizi non specializzati; forti cali si registrano invece negli esercizi di tipo specializzato. Negativi sono infine i risultati del settore mobili, articoli per la casa, elettrodomestici, radio-tv e dei tessili, abbigliamento, calzature e articoli di cuoio.

Gli obiettivi che il Piano Locale di Sviluppo della Provincia di Lucca³ si propone di raggiungere per il sostegno integrato ai settori del commercio e del turismo sono i seguenti:

- Promozione e sviluppo delle imprese situate nei centri commerciali naturali;
- Consolidamento delle imprese situate nelle aree montane svantaggiate ed in quelle periferiche attraverso una caratterizzazione del negozio come centro polifunzionale.

L'idea portante del progetto è di porsi come primo passo per la costituzione di un sistema di offerta integrata per alcuni territori individuati sulla base delle caratteristiche urbanistiche, sociali ed economiche che presentano. In ciascuna di queste zone si intende promuovere un'azione coordinata e consapevole svolta dagli esercizi commerciali in collaborazione con le istituzioni e gli organismi preposti.

In questo contesto è fondamentale supportare l'attività promozionale, vera e propria, da un'indagine di marketing urbano che esamini le particolarità della zona ed in particolare i tipi di offerta che l'area può garantire ai consumatori, attuali e futuri, e consenta di definire le successive azioni di tipo formativo da intraprendere per la valorizzazione del luogo (ad esempio: cultura dell'accoglienza e della cortesia; misure relative all'arredo urbano e al visual merchandising; ecc.).

Nelle aree decentrate della Provincia, in particolare nelle zone montane, ma anche nella Piana, lontano dai centri più importanti, si è assistito ad una progressiva diminuzione dei negozi di vicinato.

Per cercare di arrestare questo fenomeno è necessario prevedere percorsi formativi dalla forte valenza non solo teorica, ma soprattutto pratica, finalizzati all'acquisizione, mediante

l'utilizzo di laboratori e stage, delle competenze necessarie a sviluppare i contenuti tecnici per gestire le nuove forme di commercio e turismo⁴. Per questa ragione, un progetto finalizzato al sostegno e al rilancio dell'economia provinciale deve necessariamente estendersi al settore commerciale, come parte integrante di un progetto di sviluppo integrato del territorio

Obiettivo del progetto è dunque valorizzare, per mezzo di una diffusione capillare delle stesse, le ultime acquisizioni teorico-pratiche nel senso del marketing (e specificamente del visual merchandising), come delle tecniche di vendita, perseguendo da un lato fine di attrarre il cliente, valorizzando i beni nell'ottica della loro esposizione e disposizione secondo idonei percorsi e tecniche, dall'altro promuovendo l'incontro col cliente in quanto fruitore di un bene/servizio e apportatore di ricchezze.

¹ "Il valore aggiunto attivato nella provincia di Lucca dalla domanda turistica ammonta a circa 745,5 milioni di Euro, pari all'8,5% del valore aggiunto complessivamente creato dal sistema economico nel 2007. Questo dato risulta già di per sé significativo se consideriamo che dalle ultime indagini disponibili (relative all'anno 2005) il livello di turisticità nazionale, misurato in termini di peso del VA turistico si aggira attorno al 5% e per una regione a forte vocazione turistica come la Toscana si colloca fra il 7,4 e il 7,5%. La provincia di Lucca quindi, già a livello aggregato, si denota come una realtà caratterizzata da una discreta incidenza turistica". – Fonti: *Il ruolo del turismo nell'economia della provincia di Lucca* (IRPET) e *Rapporto sul Turismo Italiano 2006-2007* (Mercury srl)

² Report periodico *Analisi motivazionale della domanda turistica 2009*, Osservatorio provinciale per la valutazione dell'impatto economico ed occupazionale del turismo: Provincia di Lucca – Centro Studi Turistici di Firenze

³ *Piano Locale di Sviluppo* – Amministrazione Provinciale di Lucca e Camera di Commercio, Industria, Artigianato, Agricoltura di Lucca, Giugno 2005

⁴ Coerentemente con le indicazioni emerse dal *Protocollo d'Intesa per la promozione di un Patto Formativo Locale nella Filiera dei Beni Culturali, Cultura e Turismo*, Febbraio 2010: "Le Parti si impegnano a contribuire all'adeguamento dell'offerta formativa alle nuove e moderne esigenze del mondo del lavoro e a migliorare l'aderenza delle azioni formative all'evoluzione delle esigenze professionali e socio-culturali della **filiera dei Beni Culturali, Cultura e Turismo**, con particolare riguardo ai fabbisogni formativi del settore"

Risposta offerta dal progetto

Il contributo del presente progetto/corso al contesto locale risiede nella possibilità di offrire alla popolazione, disoccupata, inoccupata e inattiva stanziata sul territorio, ai giovani che necessitano di raggiungere un adeguato livello di competenza per poter accedere al mercato del lavoro, una precisa professionalità spendibile nel vasto comparto del commercio, evitando il rischio di andare ad incrementare il lavoro precario e/o sommerso e consentendo piuttosto a questa fascia di lavoro di emergere e di consolidarsi.

Le professionalità del settore commerciale, inoltre, hanno un ampio raggio di inserimento in quanto operano in un'area trasversale ad ogni tipo di attività e di prodotto.

Il progetto intende anche fornire una risposta concreta alle esigenze di maggiore professionalità del personale in aree da sempre trainanti per lo sviluppo dell'economia locale, come appunto quello delle strutture commerciali.

In particolare è stata riscontrata una maggiore richiesta di operatori che siano in possesso anche di conoscenze sulla gestione dei sistemi di promozione e marketing, ma anche di operare con gli strumenti più innovativi della gestione delle vendite (strumenti informatici e telematici).

Un operatore del commercio in generale, deve cioè affrontare le evoluzioni del mercato e usufruire degli strumenti comunicativi più innovativi per rispondere al meglio alle sfide competitive del mercato. Le strutture aziendali che intendono consolidare e sviluppare il proprio mercato, hanno quindi bisogno di professionalità adeguate e competenti, in grado di utilizzare e comprendere tutti gli strumenti operativi che rendono più facilmente raggiungibili gli obiettivi di mercato.

Nel contesto descritto risulta evidente l'impatto positivo che possa avere sul comparto commerciale il seguente progetto, che porta alla creazione di professionalità qualitativamente coerenti con le esigenze attuali, formando coloro che intendono operare nel settore tenendo conto anche di materie quali l'informatica per allestimenti multimediali, la lingua inglese, le tecniche di allestimento, la comunicazione efficace e le politiche promozionali; dando quindi un grosso contributo alla diversificazione e allo sviluppo dell'economia locale.

La diffusione del progetto sarà assicurata dalla rete creata mediante il supporto dei soggetti sostenitori tra cui:

- Università degli Studi di Siena – Corso di Laurea in Scienze della Comunicazione
- Confesercenti Lucca
- Confesercenti Versilia
- Confcommercio Lucca
- APT
- CCIAA

Il progetto nasce da un partenariato forte e che possiede forti testimonianze della richiesta di attività di questo tipo: ciò costituisce garanzia di tenuta in termini di autonomia rispetto ad eventuali ulteriori iniziative di formazione in campo turistico-ricettivo e commerciale. L'iniziativa si integra pienamente con :

- **Protocollo di intesa per la promozione di un patto Formativo Locale nella filiera dei beni culturali, cultura e turismo**
 1. Linee guida per la definizione del **Piano Triennale di Promozione Turistica (2006-2009)**
 2. **Programma Locale di Sviluppo della Provincia di Lucca** del giugno 2005. Asse A Innovazione, Misura A.5 Turismo e Asse A Innovazione, Misura A6 Commercio.
 3. Protocollo **“Benvenuti in Toscana”** con il quale, d'intesa con le associazioni di categoria del settore e delle associazioni dei consumatori, sono definiti standard e comportamenti riferiti alle strutture ricettive e alla loro gestione, finalizzati a qualificare il livello dell'accoglienza al turista in stretto rapporto con il Protocollo **“Vetrina Toscana”** le imprese del settore agro-alimentare e dell'artigianato di qualità.
 4. **Progetto Qualità**, promosso dalla Provincia di Lucca e dalla Camera di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura di Lucca, finalizzato al miglioramento della qualità dei servizi e delle strutture nel settore turistico ricettivo del territorio, che a sua volta si inserisce nel protocollo regionale Benvenuti in Toscana.

Tutte queste iniziative in atto indicano come la via dello sviluppo “sostenibile” passi dalla valorizzazione del territorio come “capitale” costituito dall'insieme dei suoi elementi caratteristici tra cui il turismo. Si punta pertanto, ad una forte integrazione economica tra ambiente, turismo, agricoltura, commercio come elementi fondamentali per l'ulteriore potenziamento del territorio.

Il seguente progetto si colloca all'interno della programmazione negoziata della provincia di Lucca e soprattutto per quanto riguarda i seguenti patti:

Il Programma Regionale di Sviluppo 2006-2010-Regione Toscana individua gli obiettivi generali per lo sviluppo del settore turismo nella promozione della qualificazione delle attività turistiche, incentivando i processi di sviluppo sostenibile con un mix integrato di offerte; da quelle più tradizionali (centri d'arte, balneari, montani, termali e congressuali) e nuovi prodotti (rurale e naturalistico, enogastronomico, cicloturistico e agriturismo), puntando a rafforzare la posizione leader della Toscana nel panorama dell'offerta mondiale, valorizzando le aree meno conosciute, collegando gli interventi al rilancio di una politica dei grandi eventi basata sull'eccellenza artistica e culturale. Gli interventi previsti riguardano azioni di:

- Sostegno alla qualificazione e diversificazione dell'offerta ricettiva
- Sostegno a forme integrate di azioni per la qualificazione delle attività commerciali e turistiche collegate alle risorse culturali, ambientali e produttive, con particolare riguardo ai centri storici all'offerta termale, congressuale, espositiva anche ai fini di una maggiore stagionalizzazione dei flussi turistici sul territorio.
- Razionalizzazione e armonizzazione delle politiche per la promozione della qualità delle strutture ricettive e per un equilibrato rapporto qualità/prezzo e certificazioni a tutela dei diritti del turista-consumatore.

Intesa per lo sviluppo e per l'occupazione: questa intesa è incentrata soprattutto sulla consapevolezza che la crescita della società locale e il consolidamento dei livelli di benessere raggiunti debbano avvenire nel quadro di uno sviluppo sostenibile. Tra gli

obiettivi dell'intesa si trova il consolidare la struttura produttiva, difendendone i caratteri fondamentali (diversificazione e vocazioni legate all'identità locale) ed in particolare: accelerare la ristrutturazione del settore turistico; riformare il mercato del lavoro e rafforzare le politiche attive del lavoro; rilanciare la formazione professionale e riqualificare, più complessivamente l'offerta formativa disponibile nel territorio.

Patto Territoriale della Provincia di Lucca, approvato con Decreto n. 2493 del 23/04/2001 del Ministero del Tesoro, Bilancio e Programmazione Economica.

Il testo del Patto Territoriale evidenzia *punti di forza e di debolezza della struttura economica del territorio* ed individua gli *obiettivi da perseguire* per un'efficace correzione del modello di sviluppo.

Tra i *punti di forza* del territorio in oggetto sono evidenziati, in sintesi, la *varietà* dei motori di sviluppo, dei comparti produttivi, delle forme d'impresa, *dei contesti socio culturali ambientali e la particolare configurazione dell'ambiente*, in cui sono disponibili *risorse naturali*; tra i *punti di debolezza* si evidenzia la criticità del rapporto tra ambiente antropizzato e ambiente naturale. La crescita economica del territorio è avvenuta nel quadro di una scarsa capacità di ristrutturare l'organizzazione territoriale e di assicurare la riproducibilità delle principali risorse naturali, che ha comportato la fragilità del suolo, con oltre un terzo del territorio provinciale sottoposto a rischio, il grave deterioramento di alcune risorse naturali essenziali, la scarsa cura e valorizzazione di altre risorse presenti nel territorio, il degrado o la mancata valorizzazione di alcune aree sistema ambientali.

La stipula del Protocollo d'Intesa del Patto Territoriale della Provincia di Lucca mira ad attivare un'articolata fase di sviluppo, finalizzata a:

- ricostruire il legame virtuoso tra condizioni ambientali e sviluppo economico, attivando un processo di valorizzazione economica delle risorse naturali, paesaggistiche e culturali presenti
- consolidare e sviluppare la struttura produttiva, difendendone i caratteri fondamentali (diversificazione e vocazioni legate all'identità locale), accelerando la ristrutturazione del settore turistico;
- rilanciare la formazione professionale e riqualificare, più complessivamente l'offerta formativa disponibile nel territorio
- consolidare e sviluppare la struttura produttiva, difendendone i caratteri fondamentali (diversificazione e vocazioni legate all'identità locale)
- realizzare attività di *marketing* territoriale, tenendo conto delle diverse caratteristiche delle aree provinciali;
- modernizzare il settore turistico locale, arricchendo e qualificando l'offerta e collegandola stabilmente ai diversi *target* di mercato;
- sviluppare l'occupazione con particolare attenzione ai giovani e alle donne.