

# L'università si adatta all'impresa

**L** laureati e magari pure specializzati, ma senza le competenze necessarie richieste dal mercato del turismo. Che a sua volta, però, per la sua stessa natura, essendo composto per lo più da microimprese o da imprese a carattere familiare, è poco orientato all'utilizzo dei laureati appena sformati. Ma qualcosa si sta muovendo. E se da una parte le organizzazioni di categoria stanno cominciando piano piano a maturare l'esigenza di avere laureati multi-competenti e con una visione d'insieme dell'intera filiera, dall'altra l'università cerca di raddrizzare il tiro della formazione, non per forza inseguendo un mercato del lavoro le cui reali necessità sono state, fino ad ora, difficili da calcolare ma sicuramente collegandola alle reali esigenze del settore.

«I corsi di laurea», spiega Nicola Boccella, presidente della Sistor, la Società italiana di scienze del turismo, e del corso di laurea in scienze turistiche dell'università La Sapienza di Roma, «devono rispondere alla domanda di competenze che proviene dall'industria, una domanda che è in continua evoluzione. Dal canto loro le amministrazioni provinciali, comunali e, ancora di più, le regioni che hanno piena competenza in materia, devono lavorare in sinergia con le strutture private. Ma per fare questo devono avere figure

## Corsi di laurea e master

- ✓ **Laurea triennale:** 22 corsi appartenenti alla classe delle lauree in Scienze del turismo e 16 appartenenti a diverse classi di laurea (scienze dell'economia e della gestione aziendale; scienze economiche)
- ✓ **Laurea magistrale:** 18 corsi appartenenti alla classe di Progettazione e Gestione dei sistemi

turistici e 7 appartenenti a diverse classi di laurea (scienze dell'economia; scienze economico-aziendali; scienze economiche per l'ambiente e la cultura)

- ✓ 15 master di primo livello
- ✓ 3 master di secondo livello

*NB. I dati si riferiscono all'anno accademico 2010*

professionali competenti. Insomma se per Boccella l'offerta formativa è stata fino a ora lontana dalle esigenze del mercato, «la dimensione delle strutture, la loro gestione familiare, la limitata presenza di forti gruppi o catene alberghiere ha portato a uno scarso orientamento verso un effettivo loro utilizzo». I futuri corsi, invece, dovranno rispondere alle nuove esigenze sia per favorire le nuove tipologie emergenti di domanda sia per consentire alle imprese della filiera sviluppo e competitività soprattutto rispetto ai mercati internazionali. Certo una

qualche responsabilità ce l'ha pure il sistema accademico, troppo frammentato e poco orientato al saper fare ma troppo giovane per essere il solo capro espiatorio visto che «i nostri corsi di laurea non hanno neppure dieci anni di vita». I corsi di laurea in scienze turistiche sono stati creati in seguito all'entrata in vigore del 3+2 (dm 509/99). Tutti sviluppati interfacoltà, cioè tra due o più facoltà universitarie o prevalentemente all'interno di quelle di lettere e filosofia di

economia o di lingue, hanno da subito attratto un consistente numero di iscritti, circa 30 mila a oggi, parci o è

mico e quello imprenditoriale facendo capire che dal mercato del turismo ormai viene una certa domanda di competenze e soprattutto che l'università sta cer-

cando ora di rispondere a queste competenze». **P**untare sui giovani significa anche ridurre le distanze che tuttora esistono tra mondo accademico e mercato del lavoro, definendo i percorsi formativi più adeguati alle effettive esigenze delle aziende. E quindi uno degli obiettivi dei ridisegnati corsi di laurea è

quello di affiancare all'indispensabile formazione sul lavoro una formazione di base per il lavoro. Rientra in questo quadro l'attività di stage ma soprattutto l'insegnamento di discipline come l'economia del turismo, il marketing, la sociologia e la legislazione del settore.

all'1,7% del totale degli iscritti negli atenei italiani. Pec- cato che di questi solo il 3% sono stati poi intercettati dalle imprese.

Cosa fare quindi? «Iniziativa concrete che favoriscano gli incontri tra il mondo accade-



n e i