



Rimini, 24 ottobre 2008

## **COMUNICATO STAMPA**

### **IL RICAMBIO GENERAZIONALE NELLE IMPRESE TURISTICHE**

#### **PIÙ TECNOLOGIA E MIGLIORE COMUNICAZIONE PORTATA DAI GIOVANI IMPRENDITORI**

#### **BOCCA: “UN IMPEGNO TESO A POTENZIARE L’ATTIVITÀ DELL’AZIENDA ED INCREMENTARNE L’OPERATIVITÀ”**

La quasi totalità delle 270 mila imprese turistiche esistenti in Italia ha già effettuato o ha in corso un ricambio di gestione, compiuto all’interno del medesimo nucleo familiare. È questo il risultato saliente che emerge da un’indagine commissionata dalla **Confiturismo-Confcommercio** e svolta su un campione di strutture delle principali Regioni dagli studenti del **Master in Economia e Gestione del Turismo** del **CISET** (Centro Internazionale di Studi sull’Economia Turistica) in collaborazione con l’**Università Cà Foscari di Venezia**.

Lo studio è stato presentato oggi a Rimini nel corso del convegno dal titolo “**Di padre in figlio: il ricambio generazionale nelle imprese turistiche**” in **TTG Incontri**, in svolgimento nei padiglioni dell’Ente Fiera.

Inoltre la **spinta innovativa** che le giovani generazioni portano all’interno dell’azienda familiare è fortemente **orientata ad un rinnovamento tecnologico**, affiancato ad una **ottimizzazione del modo di comunicare l’attività svolta**.

“Un **impegno** -commenta il **Presidente di Confiturismo-Confcommercio, Bernabò Bocca**- completamente **orientato** da un lato **a potenziare l’attività** dell’impresa e dall’altro ad **incrementarne l’operatività**”.

“Per un **lavoro continuo e duraturo** nel tempo -aggiunge **Mara Manente, Direttore del CISET**- che si **tramanda di padre in figlio**”.

In **Europa**, tra la fine degli anni ‘90 ed il 2010 **più del 33%** delle piccole-medie imprese (**PMI**), turistiche e non, **hanno affrontato o affronteranno la sfida del cambio di generazione**.

In **Italia** si stima che entro il 2010 saranno il **40%** le aziende che dovranno **affrontare la questione della trasmissione del business**.

Anche perchè gli **imprenditori con più di 60 anni sono il 43%** del totale e dunque in teoria prossimi a cedere il testimone.

**GLI ALBERGHI** - La **propensione al mantenimento** dell'attività all'interno del **nucleo familiare** è fortemente radicata.

La **generazione** attualmente **al comando è la prima nel 42%** dei casi, la **seconda nel 36%**, la **terza nel 21%** ed ogni generazione rimane alla **guida dell'impresa per circa 20 anni**.

Quanto al sesso viene "premiata" la **componente maschile** che rappresenta il **73%**, mentre i successori di sesso femminile rappresentano solo il 27%.

L'**età media dei successori è di 35 anni**, particolarmente consistente la percentuale di inserimenti in azienda da giovani, ben il 37% prima dei 20 anni, l'87% entro i 30 anni.

I **ruoli** prevalentemente ricoperti dai successori nel settore alberghiero sono quelli di **direttore amministrativo (65%) e capo ricevimento (14%)**.

Tra le **innovazioni** previste in azienda **più informatizzazione e razionalizzazione del marketing**.

**I RISTORANTI** -.La **generazione** attualmente al comando è in maggioranza la **seconda** e le unità gestite dalle imprese sono prevalentemente singole.

Il legame con la tradizione si dimostra forte, così come la percezione del valore dell'attività anche per le generazioni future. **Ben pochi ristoratori** manifestano infatti la volontà di **cedere l'impresa**.

I **successori** hanno in media un'età compresa tra i 26 e i 43 anni e **quasi il 70% supera i 35 anni**.

I **ruoli** prevalentemente ricoperti dai successori sono: lo **chef**, la **direzione di sala** (che comprende spesso anche la cura della cantina) e l'**amministrazione**.

Tra le **innovazioni** previste nei ristoranti si rileva: l'eventuale possibilità di introdurre un **sistema di booking on line**, l'intensificarsi della **promozione** (selezionando canali di maggior rilievo) e la **rilettura in chiave moderna dei classici piatti locali**.

**I CAMPEGGI** - I cambiamenti nel comportamento della domanda, uniti alle caratteristiche strutturali di questo settore, rendono ancor più complessa la gestione delle strutture all'aria aperta, che sono prevalentemente anch'esse **imprese a gestione familiare**.

Quella attualmente al comando è, nella quasi totalità dei casi, la **seconda generazione**, ossia quella dei figli dei fondatori. Solo in qualche caso è già al timone la terza generazione.

I **successori** sono i figli o le figlie dei titolari (il numero di maschi e femmine è pressoché identico).

In azienda **non ricoprono un ruolo specifico** in genere, ma tendono piuttosto ad essere un po' il **jolly**.

Gli imprenditori sottolineano come il **livello di complessità raggiunto dalle loro aziende** sia pari o superiore a quello di un'impresa alberghiera e come organizzarne e coordinarne le attività richieda **specifiche capacità manageriali**.

**LE AGENZIE DI VIAGGI** – Anche le **agenzie di viaggi** sono fortemente caratterizzate da una **gestione familiare**.

La **sfida** ormai intrapresa da oltre un decennio, anticipando in questo gli altri comparti del settore, è quella **tecnologica**.

L'avvento di **Internet** ha "obbligato" i genitori a **dare spazio** sempre più in azienda **ai figli**, maggiormente reattivi e propensi ad avvicinarsi al mezzo informatico.

Di conseguenza ciò ha comportato un **abbinamento gestionale tra prima e seconda generazione** che nella stragrande maggioranza dei casi è diventato l'**elemento chiave per la gestione dell'agenzia**.