

IL PROGETTO

Nico Casale

Formare futuri tecnici esperti in marketing dei beni culturali e farlo offrendo, ad over 35, la possibilità di frequentare un corso gratuito. È questo l'obiettivo di «BeHistory», un progetto che punta a costruire nuovi percorsi professionali nel settore del turismo culturale e che rientra nell'ambito di BeIntern, selezionato e sostenuto dal Fondo per la Repubblica Digitale - Impresa Sociale, realizzato dall'Osservatorio dell'Appennino meridionale in partnership con Università di Salerno e Fondazione Saccone. Il corso, presentato ieri a Confindustria Salerno, avrà inizio il 6 maggio nella sede Virvelle a Salerno. L'iniziativa coinvolge direttamente un network di aziende partner che, tra l'altro, selezioneranno i profili più meritevoli per offrire loro tirocini retribuiti.

IL CAPITALE UMANO

Oltre all'Università che forma nuove figure nel settore turistico, «deve esserci» spiega Sergio Pietro Destefanis, presidente dell'Osservatorio dell'Appennino meridionale - uno sforzo, da parte del territorio, di accogliere

LA GIORNATA

La manifestazione, che ha come partner tecnico la Bottega San Lazzaro, si aprirà con il saluto

per la Giornata del Made in Italy del 2026, quando tutti gli enti si impegneranno ad assicurare il passaggio, nel cielo di Salerno,

ma con i ceramisti pronti a dare voce a un settore che racchiude tradizione e innovazione. La passione per artigianato e Made

re e anche questa edizione è stata accreditata dal Mimit».

ni.ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

l'80% delle persone possa trovare lavoro una volta concluso il progetto e, possibilmente, entro sei mesi dalla sua chiusura».

Corsi gratis per tecnici dei beni culturali «Formiamo addetti per i nostri territori»

questo capitale umano. Collaborare con enti dinamici e con persone consapevoli delle necessità del territorio, come nel quadro dell'iniziativa BeIntern, ci sembra necessario e fondamentale in questo senso». «Supportiamo anche questa iniziativa - sottolinea il presidente del Gruppo turismo di Confindustria Salerno, Michelangelo Lurgi - perché crediamo nella formazione, che è necessaria per essere competitivi in Italia e all'estero e per mettere in condizione i nostri collaboratori di essere sempre più attenti e preparati per affrontare il mercato». Giorgio Scala, a capo della Fondazione Saccone, anticipa che «i partecipanti seguiranno un percorso a qualifica regionale e avranno in restituzione una certificazione che può essere riconosciuta su tutto il territorio europeo. C'è un sito per candidarsi, BeIntern.it; fino al 4



maggio sono aperte le iscrizioni per gli inoccupati tra i 35 e i 50 anni». Virgilio D'Antonio, direttore del dipartimento di Scienze politiche e della Comunicazione a Unisa, sottolinea che, una volta completato il percorso, saranno formate figure professionali «con competenze trasversali, di matrice economica, giuridica e informatica, legate alla formula esperienziale del turismo». «Un territorio come il nostro - aggiunge - ha un'esigenza importante di figure professionali che

possano operare nel settore turistico e, in questo senso, l'Università e il nostro dipartimento, che è partner di questo progetto, sono impegnati attivamente per fornire, con il proprio corpo docente, queste competenze». «Si tratta - dice Mario Testa, coordinatore didattico del percorso BeHistory - di un ecosistema innovativo sociale che intende rispondere a un gap formativo del territorio e, per farlo, ci avvalremo dell'expertise e della preparazione dei docenti del dipartimento di Scienze politiche e della Comunicazione, esperti di marketing e marketing digitale». «Il target è completamente diverso dall'ambito universitario - constata - quindi ci sarà una formazione personalizzata e innovativa». «Il nostro obiettivo - evidenzia Donatella Di Guida, educational & training designer coordinator di Virvelle - è che

I TREND

Con l'inizio della settimana pasquale e l'avvio della primavera, il presidente di Federalberghi Salerno, Antonio Iardi, analizza i trend del turismo e si dice «molto soddisfatto di questo inizio di stagione, siamo a un 60% di turismo estero e a un 40% di turismo italiano. Questo vuol dire che la provincia di Salerno sta consolidando la propria presenza sui mercati internazionali. Tra le motivazioni che spingono i nostri ospiti a venire a Salerno ci sono sicuramente la particolare bellezza del territorio e i nostri beni culturali». A margine di un'altra iniziativa, il sindaco Vincenzo Napoli conferma che «le cose stanno andando oltre ogni più rosea previsione. I turisti affollano le nostre strade, gli albergatori danno indicizzazioni assolutamente positive». «Dobbiamo sempre di più - insiste il primo cittadino - imparare i metodi dell'accoglienza, dobbiamo aiutare quanti si sperimentano nel campo dell'accoglienza e fare in modo che questa città abbia un futuro sempre più roseo da questo punto di vista».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**“BEHISTORY” ILLUSTRATO
A CONFINDUSTRIA:
OFFRE LA POSSIBILITÀ
DI RITROVARE LAVORO
AGLI INOCCUPATI
TRA I 35 E I 50 ANNI**