



**L'iniziativa promossa dall'Unione industriali**  
Un confronto che avvicina i ragazzi alle aziende

Gli studenti dell'istituto "Bixio" di Piano di Sorrento in visita agli uffici di Msc Crociere in via Depretis

# «A Napoli un "mare" di opportunità nel turismo»

## Seuola e lavoro

La sede partenopea oggi ospita 400 addetti: è il cuore del terzo gruppo crocieristico del mondo

Enrica Buongiorno

Il quartier generale partenopeo di Msc Crociere spalanca le porte agli studenti dell'istituto nautico "Bixio" di Piano di Sorrento, nell'ambito del progetto "Studiare l'impresa, l'impresa di studiare" dell'Unione industriali di Napoli. I manager del colosso dello shipping hanno accolto i ragazzi nella sede di via Depretis dove lavorano 400 persone, il cuore pulsante di Msc, terzo gruppo crocieristico al mondo. «Abbiamo da poco inaugurato il Contact center. Msc sta puntando tutto sul rapporto diretto col cliente per meglio soddisfare le sue esigenze e instaurare così una relazione positiva e duratura nel tempo», spiega Antonio Gangemi, responsabile Contact center Msc Crociere.

Per prenotare una vacanza Msc, ora, basta comporre il numero del Contact center e il gioco è fatto.

«Ogni giorno rispondiamo a circa tremila telefonate da agenzie e privati. 91 persone ai nostri telefoni danno informazioni, vendono i nostri

prodotti, risolvono problemi, soddisfano desideri e contemporaneamente, grazie ad un sistema sofisticato, raccolgono informazioni circa gli itinerari preferiti e i gusti dei clienti. I colleghi a contatto con le

agenzie e i privati sono l'asset più importante, il consideriamo non più e non solo la longa manus dell'azienda sul mercato, ma il mercato stesso, la sua voce - aggiunge Gangemi. - Questo call center, tecnologicamente avanzato, utilizza il sistema ACD (automatic call distributor) in grado di distribuire, in maniera intelligente, le telefonate all'interno della struttura. Il tutto viaggia attraverso internet in modo da poter rispondere da Napoli anche a clienti stranieri. L'obiettivo è far dire "wow" a chi è dall'altra parte della cometa».

Gli studenti osservano come gli impiegati rispondono alle telefonate. «Ciascuno ha davanti a sé un pc e utilizza una cuffia con microfono incorporato - spiega Aniello Cirillo, responsabile Supply Chain Msc - ogni postazione è dotata di una linea ordinaria e una privilegiata di modo che, se dovesse esserci un problema di corrente elettrica o di cavo di rete, è possibile continuare a lavorare. Presto amplieremo la struttura a circa 900 metri quadrati con 110 postazioni».



## Le impressioni

«Ho imparato che le navi hanno una struttura anche a terra»

Alta professionalità, soddisfazione del cliente e numeri da capogiro: l'universo Msc affascina gli studenti dell'Istituto tecnico a indirizzo Trasporti e Logistica "Nino Bixio". «Questa esperienza ha ampliato le nostre conoscenze marittime, abbiamo imparato, infatti, che la nave non ha una struttura solo a bordo ma anche a terra», esordisce Stefano Ferraro, mentre il compagno Luigi Morciano aggiunge: «Il punto di forza di Msc è l'organizzazione grazie ad un team formato da alti specialisti». Al "Bixio", dopo un biennio comune, gli studenti possono scegliere tra 3 indirizzi: conduzione del mezzo navale (aspirante al comando di navi mercantili - settore coperta), conduzione di impianti e apparati marittimi (aspirante alla direzione di navi mercantili - settore macchine) oppure logistica (per impieghi in società di trasporto, porti e interporti, agenzie di import-export, immagazzinamento) ma il fascino della crociera ha colpito molto i ragazzi.

«Spero un giorno di poter diventare il comandante di una nave da crociera, sarebbe davvero bello - dice Adriano Ciro Rispoli. - Osservare da vicino l'organizzazione di una grande azienda come questa è stato importante, ora sappiamo quanto lavoro c'è dietro una vacanza in nave».

Msc lavora nel settore crocieristico con una flotta di 12 navi, suddivisa in 3 classi: Lirica (2mila passeggeri), Musica (3mila) e Fantasia (4mila), ma si occupa anche del trasporto cargo e dei traghetti. «Il mio sogno è lavorare su una nave mercantile - spiega Emanuele Costanza - mi è piaciuta molto la visita al centro di formazione aziendale permanente di Msc a Sant'Agnelo dove ho potuto pilotare un gigante del mare grazie ad un sofisticato simulatore: è stato fantastico».

Con 800 studenti e iscrizioni in continua crescita, il "Bixio" continua ad essere in cima alle preferenze dei ragazzi della penisola sorrentina per tradizione e cultura legati al mestiere di marittimo. «Il mio futuro lo vedo legato agli studi che ho fatto - dice Luigi Pepe - dopo il diploma vorrei inserirmi subito nel mondo del lavoro, magari invierò il mio curriculum proprio ad Msc».

en. buo.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**I servizi**  
Nel Contact center operano 91 persone che ogni giorno rispondono a circa tremila telefonate per dare informazioni e vendere vacanze

Il Contact center Msc oltre all'ufficio vendita alle agenzie, vendita ai privati, back office, assistenza ai clienti, quality e statistiche ha anche un'Accademia che si occupa della formazione dei nuovi assunti e delle integrazioni formative di chi è già dipendente. Un team leader esperto si occupa di fare formazione continua "on the job", assistendo in tempo reale i nuovi arrivati e intervenendo in coaching a supporto di ogni telefonata più complicata. Oggi l'Accademia ha anche la funzione di fare formazione agli operatori più esperti solo su singoli aspetti individuati come aree di miglioramento, una formazione tailor made ad esempio sulle tecniche di vendita, comunicazione, nuovi prodotti o servizi.

«Msc rappresenta un orgoglio per il Paese e per il Sud - sottolinea Aureliano Cicala, direttore generale

## Il quartier generale

Dal capoluogo campano gestiti i vari settori: dal commerciale all'operativo, fino al booking

Service provider Msc - siamo infatti un'azienda che dal 2003 è cresciuta in modo esponenziale, questo è un messaggio di speranza per il Paese in forte difficoltà economica. Dalla sede napoletana seguiamo e gestiamo l'azienda e i suoi settori, dal commerciale all'operativo, al booking».

Dopo l'interessante storia di Luca Valentini che da impiegato di call center è divenuto responsabile vendite Italia Msc, gli studenti, infine, hanno incontrato il country manager mercato Italia di Msc Crociere, Leonardo Massa: «Credete in voi stessi e gestite al meglio il tempo co-

struendo la vostra professionalità. Studiate e imparate le lingue, coltivate al meglio degli hobby. Non lasciatevi intimorire da chi vi dice che il momento è critico, siate determinati e soprattutto non accontentatevi mai. Puntate sempre su ciò che vi può distinguere dalla massa. Essere differenti in senso positivo vi eleva, rendendovi appetibili per le aziende sul mercato. Ci sono un mare di opportunità da cogliere anche qui sul vostro territorio. Il turismo è un settore in grado di offrire molto, riflettete».



**L'esperienza**  
Gli studenti dell'istituto "Bixio" nella sede di Msc Crociere. Sopra, il manager Aureliano Cicala (foto piccola) e Leonardo Massa. A destra, il Contact center Msc



C'È IN SPAGNA, IN FRANCIA, NEL REGNO UNITO, IN GERMANIA...  
E, PER FORTUNA, ANCHE IN ITALIA. È L'AUTODISCIPLINA PUBBLICITARIA.

Se vedete una pubblicità offensiva, volgare, falsa o violenta, potete segnalare compilando il modulo sul sito [www.iap.it](http://www.iap.it) IAP è un organismo indipendente, i cui giudizi sono rispettati da aziende, agenzie e mass media. Esamina in pochi giorni le campagne segnalate e può bloccarne la diffusione. Organismi simili a IAP sono attivi

nei maggiori paesi d'Europa: applicano tutti norme analoghe perché tutti fanno capo allo stesso ente internazionale. L'organizzazione europea non profit dell'autodisciplina pubblicitaria si chiama EASA (European Advertising Standards Alliance). Ne fanno parte tutte le componenti del mondo pubblicitario: aziende, agenzie, mass

media, insieme agli esponenti delle autodiscipline nazionali. Nel 2002 EASA ha promulgato i Principi Comuni che individuano gli standard di correttezza per la pubblicità, riconosciuti dalla Commissione Europea. Sono ventitré i paesi europei che aderiscono a EASA. A questi si aggiungono Svizzera e Turchia.

In Italia, come nella maggior parte degli altri paesi aderenti, il servizio di segnalazione e controllo è gratuito per i consumatori.

**IAP**  
Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria  
[www.iap.it](http://www.iap.it)