

1.3.1.1.0 - Imprenditori e responsabili di piccole aziende che operano nell'agricoltura, nell'allevamento, nella silvicoltura, nella caccia e nella pesca

Le professioni classificate in questa unità sono a capo di piccole imprese di cui definiscono, pianificano, implementano e gestiscono le politiche e le strategie di produzione e valutano i risultati; negoziano con i fornitori e i clienti, programmano e controllano l'uso efficiente delle risorse; reclutano personale e definiscono i processi di innovazione organizzativa e produttiva. Le professioni classificate in questa unità esercitano le attività descritte in imprese o organizzazioni che operano nel settore economico dell'agricoltura, silvicoltura e pesca classificato sotto la Sezione A della Classificazione delle attività economiche. Tali attività sono esercitate in imprese che dispongono di un apparato organizzativo semplice, che non prevede livelli intermedi di coordinamento (nessun direttore che coordina strutture dirigenziali) a supporto dell'imprenditore nella sua attività. Le professioni comprese in questa unità possono essere saltuariamente impegnate nel processo materiale di produzione.

Evoluzione del ruolo professionale nel settore Turismo

L'affermarsi dell'agriturismo come prodotto turistico richiede agli "agricoltori" di modificare sensibilmente i comportamenti produttivi riqualificando la motivazione dell'esistenza dell'impresa sul mercato, ridefinendo la struttura organizzativa dal lato formale e dal lato più operativo e migliorando, in genere, tutti i processi produttivi che vedono la presenza contemporanea dei turisti a fianco degli addetti alla produzione. Non bisogna però incorrere nell'errore di pensare nei termini di una semplice riorganizzazione, si tratta infatti di una vera e propria reingegnerizzazione della produzione offerta al mercato, con la creazione conseguente di un nuovo stile aziendale e di una nuova produzione che si sovrappone alla produzione precedente.

Si determineranno nuovi comportamenti produttivi; in particolare quelli riferiti al momento del contatto (attività di promo-pubblicizzazione, modalità di distribuzione sul mercato, modalità di commercializzazione), all'accoglienza nel luogo in cui saranno realizzate le produzioni, all'assistenza durante il consumo da parte del cliente-turista. I mutamenti riguarderanno inoltre le modalità con cui gli operatori e gli imprenditori si rapporteranno con il tessuto sociale e produttivo delle località in cui svolgono le attività. Da questo punto di vista gli "agricoltori" dovranno assumere le vesti di facilitatori della comprensione della cultura locale in tutte le sue possibili articolazioni (beni culturali, paesaggi, prodotti tipici, stile di vita, ecc.) cercando di fare entrare in contatto i turisti con queste realtà.

Mentre diminuirà l'importanza della produzione e del processo agricolo crescerà contemporaneamente il rilievo delle attività più propriamente turistiche. Soprattutto nel caso degli agriturismo e delle fattorie didattiche, la contiguità e l'integrazione con il settore turismo richiederanno quindi sempre più una capacità di gestione e organizzazione delle attività di ospitalità e intrattenimento allineate con gli standard della ricettività alberghiera, nonché la ricerca e costruzione di rapporti di rete con altri produttori territoriali e settoriali per la valorizzazione del territorio e dei suoi elementi di interesse. Una sempre maggiore importanza rivestirà la conoscenza delle lingue straniere, nonché le capacità comunicative e le modalità di relazione interpersonale.

Compiti innovati

- effettuare il monitoraggio della evoluzione del settore turismo e introducono iniziative per migliorare la permanenza degli ospiti sul territorio;
- curare l'addestramento, la progettazione delle carriere e la motivazione delle risorse umane;
- definire i parametri di riferimento per l'applicazione delle tecniche di yield management;
- effettuare il monitoraggio della qualità (valore percepito) della prestazione aziendale e introducono i relativi correttivi;
- effettuare le analisi economiche per definire le strategie per il miglioramento dei rendimenti aziendali.

Compiti nuovi

- curare la creazione di reti territoriali con la partecipazione di produttori di altri settori economici e degli enti pubblici territoriali per la creazione di prodotti turistici integrati;
- effettuare il monitoraggio dell'andamento economico e sociale del territorio per individuare le aree di miglioramento dei livelli qualitativi delle produzioni ai fini turistici;
- definire le modalità di realizzazione del prodotto ospitalità turistica;
- impostare l'organizzazione aziendale e progettano il comportamento organizzativo attraverso la costruzione del sistema di procedure organizzative di riferimento per gli addetti e del sistema di deleghe organizzative;
- nelle PMI, curare i processi di distribuzione e di vendita via internet colloquiando direttamente con i clienti.

A fronte delle innovazioni e delle novità che si prevede saranno introdotte nell'esercizio della professione, l'intero sistema di competenze subirà dei cambiamenti. In particolare sono 15 le competenze individuate come caratterizzanti il Turismo nel medio periodo. Queste potranno rivelarsi molto importanti, mediamente importanti, scarsamente importanti o non influenti rispetto all'esercizio del ruolo professionale. Lo schema che segue riepiloga in forma sinottica il quadro delle 15 competenze, indicando la rilevanza o meno, per ognuna di esse, per l'unità professionale degli Imprenditori e responsabili di piccole aziende che operano nell'agricoltura, nell'allevamento, nella silvicoltura, nella caccia e nella pesca.

1.3.1.1.0 - Imprenditori e responsabili di piccole aziende che operano nell'agricoltura, nell'allevamento, nella silvicoltura, nella caccia e nella pesca

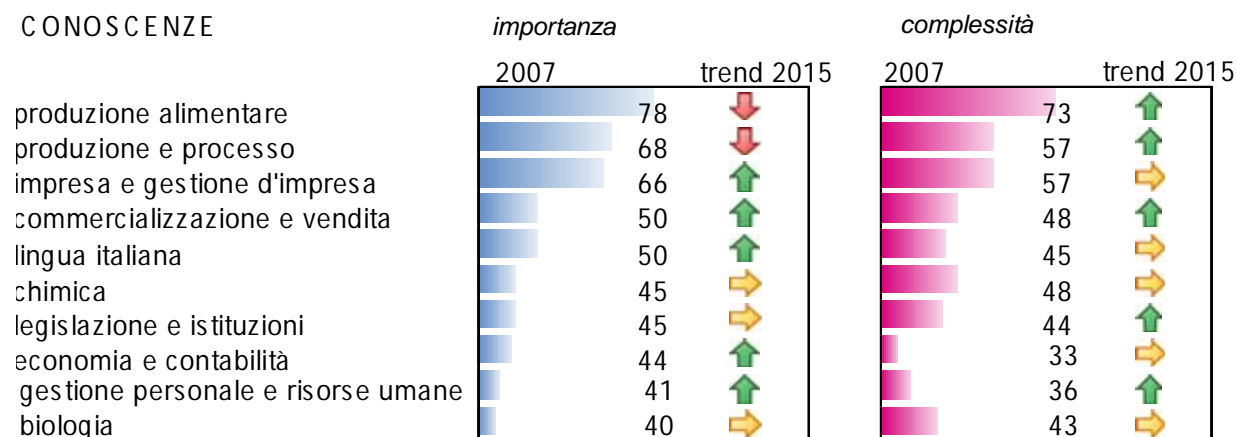
COMPETENZE

1	Essere in grado di definire le strategie e gli obiettivi della comunicazione via w eb ai diversi mercati e consumatori finali	B
2	Essere in grado di scegliere i linguaggi e i contenuti della comunicazione per la presentazione dei prodotti sul w eb	C
3	Essere in grado di definire e attuare le modalità di contatto dei segmenti target attraverso il web (e di gestire i rapporti via w eb con gli utenti del sito aziendale e con gli utenti dei blog)	C
4	Essere in grado di monitorare tendenze, individuare cambiamenti ed evoluzioni nei gusti del pubblico che utilizza la rete e definire "valori" della qualità per diversi segmenti – target	A
5	Essere in grado di declinare le tendenze di cambiamento in ipotesi di prodotto turistico e di nuovi servizi e costruire offerte e pacchetti di offerte ingegnerizzando il packaging e i possibili punti di assemblaggio da parte dei clienti	B
6	Essere in grado di valutare l'apporto dei fornitori alla creazione del valore aziendale (analisi della supply chain)	A
7	Essere in grado di definire le norme e le modalità di funzionamento per favorire la creazione e sviluppo di sistemi integrati territoriali per le produzioni turistiche	B
8	Essere in grado di effettuare analisi territoriali per la individuazione degli elementi a potenziale sviluppo turistico	B
9	Essere in grado di monitorare la formazione della percezione della qualità da parte dei clienti nei diversi momenti del ciclo produttivo	C
10	Essere in grado di applicare le tecniche di revenue management e di definire il sistema per ottimizzare i rendimenti aziendali	A
11	Essere in grado di costruire sistemi gestionali di controllo per il monitoraggio delle modalità di creazione dei flussi di costo e ricavo	A
12	Essere in grado di effettuare l'analisi organizzativa aziendale per la ripartizione e la delega di compiti e obiettivi	A
13	Essere in grado di formare i propri collaboratori anche durante lo svolgimento delle attività lavorative	B
14	Essere in grado di rendere flessibile la propria organizzazione aziendale per essere pronta a recepire nuovi prodotti e attivare/modificare i propri processi	A
15	Essere in grado di progettare l'andamento dei flussi di costo e di ricavo a sostegno delle attività aziendali e per la realizzazione di prodotti "coerenti"	A

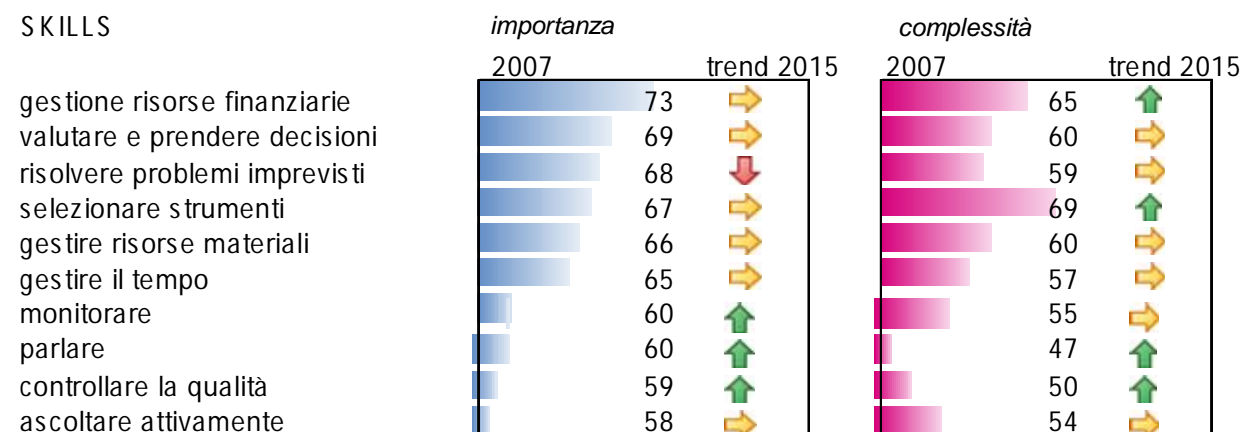
A	molto importante
B	mediante importante
C	scarsamente importante
X	non influente rispetto al ruolo

Tendenze del cambiamento rispetto alla rappresentazione attuale della Unità Professionale^(*)

CONOSCENZE



SKILLS



<i>Legenda</i>	
Crescita	↑
Stabilità	→
Declino	↓

^(*) Ci si riferisce agli esiti della prima edizione della indagine campionaria sulle professioni condotta da Isfol e Istat terminata nel 2007. I risultati sono disponibili sul sito <http://fabbisogni.isfol.it>. Dei 10 descrittori utilizzati per indagare la struttura professionale, nell'ambito della anticipazione dei fabbisogni professionali sono stati selezionati come benchmark gli esiti rilevati rispetto a Conoscenze e Skill in quanto aree sensibili per gli interventi di formazione. Nel quadro dell'indagine le *conoscenze* - sono insiemi strutturati di informazioni, principi, pratiche e teorie necessari al corretto svolgimento della professione. Si acquisiscono attraverso percorsi formali (istruzione, formazione e addestramento professionale) e/o con l'esperienza; le *skills* - sono insiemi di procedure e processi cognitivi generali che determinano la capacità di eseguire bene i compiti connessi con la professione. Si tratta, in particolare, di processi appresi con il tempo e che consentono di trasferire efficacemente nel lavoro le conoscenze acquisite

L'*importanza* - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 5 livelli, da Non importante ad Assolutamente importante

La *complessità* - è un valore percentuale risultante dalle valutazioni degli intervistati facenti parte della specifica UP, rispetto ad una scala valoriale su 7 livelli con ancoraggi esemplificativi del livello di complessità crescente ed esemplificative delle conoscenze o skills che l'UP deve possedere

Indicazioni per il sistema dell'*education*

Il ruolo di imprenditore non è collegabile direttamente ad un percorso formativo. L'imprenditore è tale a prescindere dalla formazione seguita ma nello specifico caso si tratta di imprenditori, gestori e responsabili di aziende che stanno aprendo al turismo parte della loro capacità produttiva. La formazione quindi non può che essere specialistica rispetto all'ambito economico (pesca o agricoltura) in cui viene esercitata l'attività aziendale. In considerazione del ruolo di responsabile con elevati livelli di autonomia sono prevedibili percorsi formativi universitari specialistici.

La possibilità di gestire delle attività di albergo e richiede però un approfondimento specifico sulle modalità di conduzione delle imprese della ricettività che riguardino le caratteristiche del mercato in cui si opera, le caratteristiche della produzione turistico/ricettiva delle modalità di commercializzazione e di gestione delle imprese. E' quindi consigliabile la frequenza di corsi di formazione per la preparazione di figure al livello minimo di "Addetto al ricevimento".

La formazione e gli interventi di aggiornamento consigliabili nel medio termine riguardano i seguenti ambiti:

- marketing turistico;
- principi di progettazione del prodotto turistico
- evoluzione dei mercati turistici: i bisogni e i nuovi modelli di consumo
- componenti e metodi di costruzione dei prodotti turistici territoriali
- mercati, le evoluzioni del turismo e i canali di distribuzione di prodotti turistici
- prodotti della ricettività: strategia e struttura;
- amministrazione e controllo di gestione nel business della ricettività,
- sistema qualità nelle imprese ricettive;
- prodotti e caratteristiche della produzione per persone disabili.