

### **3.4.1.1.0 - Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate**

*Le professioni classificate in questa unità assistono gli specialisti, ovvero applicano conoscenze in materia di marketing turistico per valorizzare, commercializzare, integrare l'offerta turistica di un territorio o di un sistema territoriale; collaborano con i soggetti pubblici e privati per migliorare, caratterizzare sul piano ambientale, artistico, architettonico, enogastronomico e collocare l'offerta turistica nei circuiti organizzati e informali*

#### **Evoluzione del ruolo professionale nel settore Turismo**

Nel medio termine, saranno chiamati a collaborare allo sviluppo di attività di comunicazione e promozione con l'utilizzo di nuovi linguaggi quali internet, telefonia mobile ecc.

In particolare saranno chiamati sempre più a curare lo sviluppo di nuove modalità di comunicazione per valorizzare l'offerta a valenza turistica dei territori, nonché la ricerca della coerenza fra quanto comunicato e quanto prodotto, effettuando un monitoraggio accurato e complesso dei risultati delle prestazioni.

#### **Compiti innovati**

- effettuare un monitoraggio più accurato e sempre più complesso/articolato della qualità percepita dalla clientela, proponendo i correttivi e curando l'applicazione effettiva a livello di sistema territoriale e/o di reti;
- curare la realizzazione di prodotti turistici integrati, che siano in grado di diffondere maggiormente e far apprezzare le peculiarità e le principali caratteristiche dei territori, che si trovano sempre più nella necessità di differenziarsi per poter affermarsi in termini competitivi.

#### **Compiti nuovi**

- curare le attività di comunicazione anche attraverso la creazione di nuove modalità di contatto diretto con la clientela via web;
- curare la ricerca della coerenza fra la qualità progettata a livello territoriale, l'immagine trasmessa all'esterno del sistema territoriale;
- definire le modalità di gestione dei prodotti integrati realizzati attraverso l'attività di produttori e operatori diversi;
- creare reti di imprese e definizione delle modalità di gestione per la produzione, l'innovazione e commercializzazione dei prodotti del territorio.

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 dei Tecnici delle attività ricettive.

### 3.4.1.1.0 - Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate

#### e ristorazione

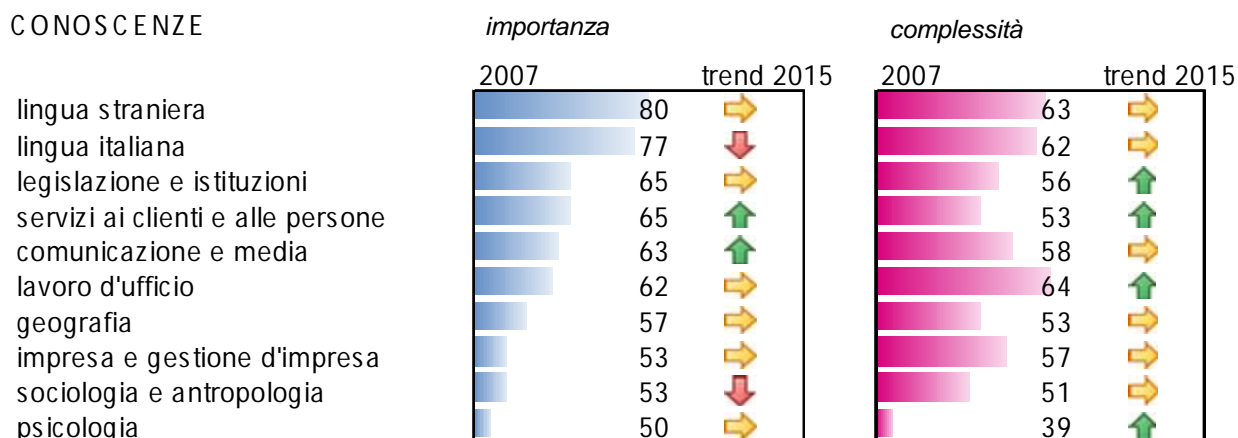
C  
O  
M  
P  
E  
T  
E  
N  
Z  
E

1	Essere in grado di definire le strategie e gli obiettivi della comunicazione via web ai diversi mercati e consumatori finali	A
2	Essere in grado di scegliere i linguaggi e i contenuti della comunicazione per la presentazione dei prodotti sul web	B
3	Essere in grado di definire e attuare le modalità di contatto dei segmenti target attraverso il web (e di gestire i rapporti via web con gli utenti del sito aziendale e con gli utenti dei blog)	A
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	B
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)	B
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	C
9	Essere in grado di monitorare la formazione della percezione della qualità da parte dei clienti nei diversi momenti del ciclo produttivo	A
10	Essere in grado di applicare le tecniche di revenue management e di definire il sistema per ottimizzare i rendimenti aziendali	C
11	Essere in grado di costruire sistemi gestionali di controllo per il monitoraggio delle modalità di creazione dei flussi di costo e ricavo	C
12	Essere in grado di effettuare l'analisi organizzativa aziendale per la ripartizione e la delega di compiti e obiettivi	B
13	Essere in grado di formare i propri collaboratori anche durante lo svolgimento delle attività lavorative	A
14	Essere in grado di rendere flessibile la propria organizzazione aziendale per essere pronta a recepire nuovi prodotti e attivare/modificare i propri processi	B
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"	C

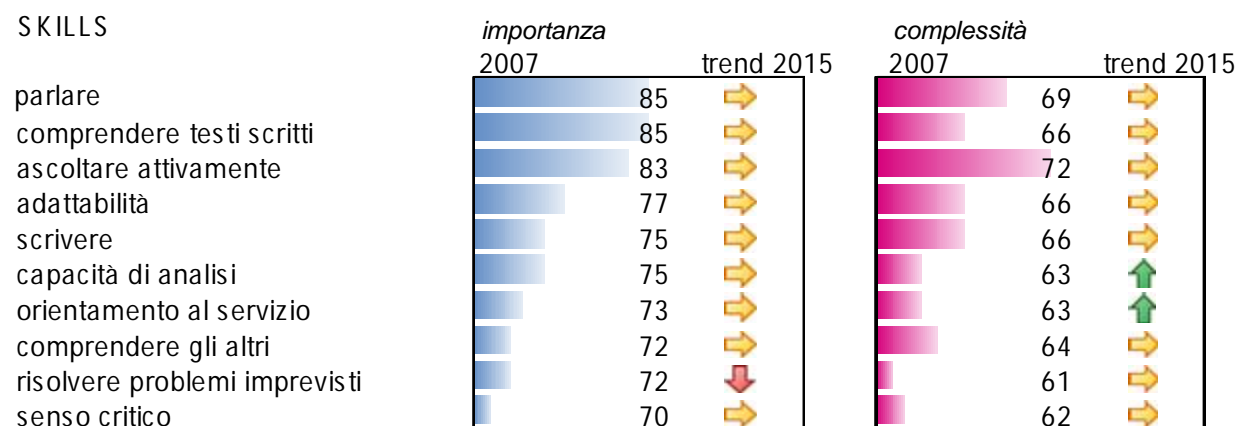
A	molto importante
B	mediante importante
C	scarsamente importante
X	non influente rispetto al ruolo

## Tendenze del cambiamento rispetto alla rappresentazione attuale della Unità Professionale<sup>(\*)</sup>

### CONOSCENZE



### SKILLS



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

<sup>(\*)</sup> 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 del tecnico delle attività ricettive e assimilate presuppone una profonda conoscenza del settore turismo in tutti i suoi molteplici aspetti. Il livello della formazione deve quindi essere necessariamente elevato anche in considerazione del fatto che tale figura si pone spesso come professionista indipendente sul mercato del lavoro per svolgere attività di consulenza specialistica. La formazione iniziale deve in questo caso, forse più che in altri, essere continuamente oggetto di aggiornamento sui principali temi che riguardano il turismo e il funzionamento delle imprese settoriali. E' quindi prevedibile una formazione iniziale di livello universitario, preferibilmente di natura economico/aziendalistica, con approfondimenti successivi nel settore del marketing aziendalistico e territoriale, della gestione economica per la definizione delle strategie di ottimizzazione dei rendimenti aziendali e in generale delle possibilità offerte dalle tecnologie anche strutturali per aggiornare e innovare i processi produttivi con l'inserimento in azienda di nuove proposte per il mercato.

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

- prodotto turistico, sistema turistico e destination management;
- principi di progettazione del prodotto turistico;
- prodotti ospitalità: strategia e struttura;
- management per processi nel business dell'ospitalità;
- evoluzione dei mercati turistici: i bisogni e i nuovi modelli di consumo;
- componenti e metodi di costruzione dei prodotti turistici territoriali;
- Marketing turistico;
- internet marketing nel business dell'ospitalità;
- mercati, le evoluzioni del turismo e i canali di distribuzione di prodotti turistici e dei prodotti della ricettività;
- costruzione della comunicazione via Web: caratteristiche e linguaggi;
- sistema qualità nelle imprese della ricettività;
- gestione acquisti e Food & Beverage;
- gestione del Food & Beverage;
- revenue management nelle imprese della ricettività;
- metodi di analisi dei dati gestionali interni per l'assunzione delle decisioni strategiche;
- metodi e tecniche di controllo delle modalità di creazione dei flussi economici aziendali;
- analisi di fattibilità degli investimenti nelle imprese della ricettività;
- balanced scorecard nel business dell'ospitalità..
- costruzione della comunicazione via Web: caratteristiche e linguaggi;
- sistemi turistici territoriali; analisi di benchmarking
- normative per la creazione e costruzione di consorzi con la presenza di enti con diversa personalità giuridica e finalità diverse;
- tecniche e metodi per la costruzione di prodotti turistici *taylor made*;
- prodotti e caratteristiche della produzione per persone disabili.