

3.4.1.2.1 - Organizzatori di fiere, esposizioni ed eventi culturali

Le professioni classificate in questa unità forniscono servizi per l'organizzazione e la gestione di fiere; collocano gli spazi e gli ambienti espositivi disponibili, ne organizzano la fruizione da parte del pubblico e degli espositori.

Evoluzione del ruolo professionale nel settore Turismo

Nel medio termine, saranno chiamati a progettare e curare le attività di promozione degli eventi con l'utilizzazione di media innovativi per la comunicazione. Dovranno progettare e mettere a disposizione servizi di assistenza sul territorio, prevedendo sempre più la collaborazione dei produttori locali. Collaboreranno alla progettazione delle scenografie degli spazi espositivi e alla introduzione delle innovazioni tecnologiche.

Compiti innovati

- dedicare un'attenzione crescente alla introduzione delle innovazioni tecnologiche per la presentazione dei contenuti dello spazio espositivo;
- curare le scenografie degli spazi in cui vengono realizzati gli eventi, aggiungendo elementi sempre più creativi e prestare consulenza per la "regia" dell'evento.

Compiti nuovi

- prestare assistenza o curare direttamente la promozione dell'evento, prestando consulenza al cliente nell'indicare i migliori canali per la comunicazione promozionale;
- fornire informazioni alla clientela per la segmentazione della clientela e sui canali di distribuzione dell'evento;
- fornire informazioni e curare i dettagli anche all'esterno dell'evento, organizzando anche i momenti di relax e di convivialità.

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 Organizzatori di fiere ed esposizioni.

3.4.1.2.1 - Organizzatori di fiere ed esposizioni

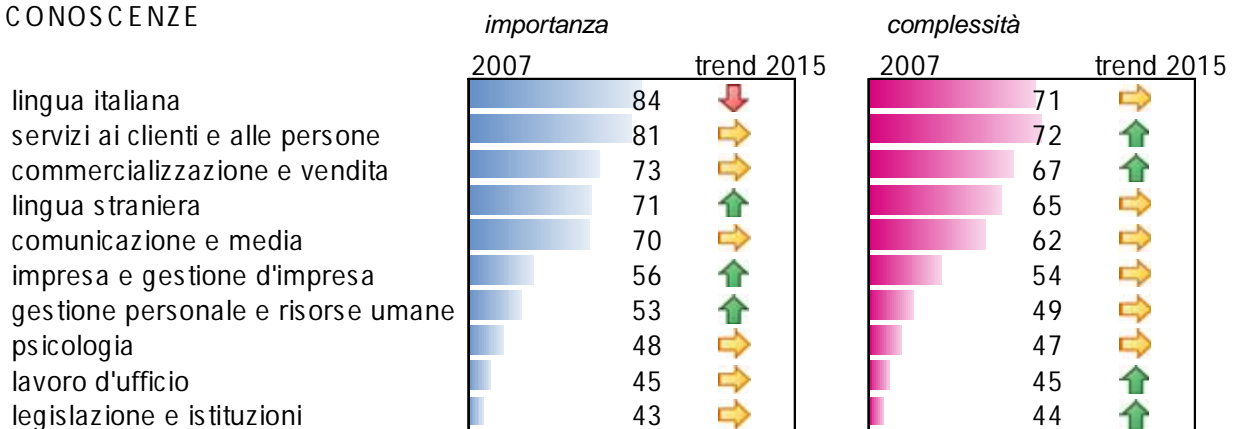
C
O
M
P
E
T
E
N
Z
E

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	A
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 – tribù di clienti	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	C
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	X
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	A
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	C
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"	C

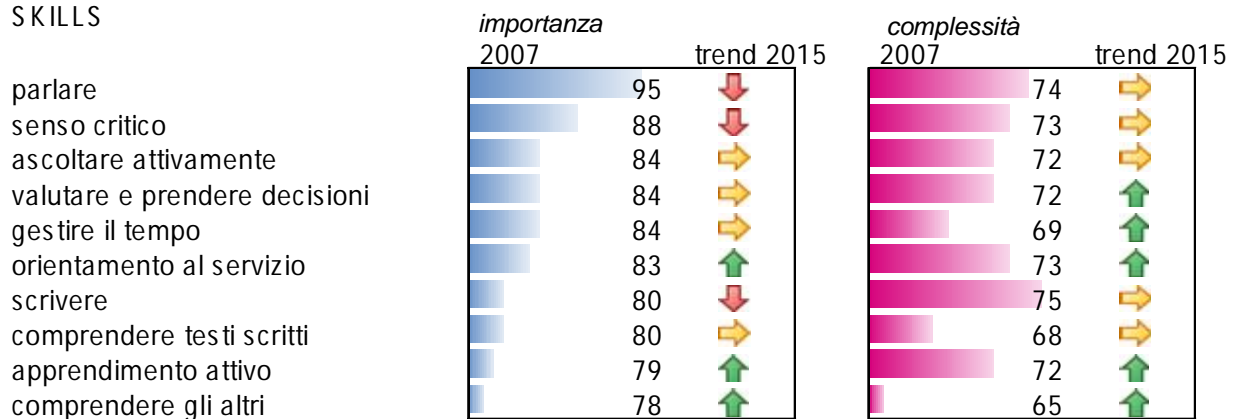
A	molto importante
B	mediante importante
C	scarsamente importante
X	non influente rispetto al ruolo

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

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*

Si tratta di persone che operano o come titolari di proprie aziende specializzate in questo ambito produttivo o di professionisti singoli o come dipendenti di aziende specializzate nel settore. Nel passato vista la carenza di offerte formative specialistiche la qualificazione veniva acquisita essenzialmente con la pratica professionale presso altre agenzie o consulenti. La complessità e l'eterogeneità dei mercati moderni ora presuppone invece una formazione di livello superiore e almeno del possesso di un titolo di formazione specifico da acquisire con la frequenza di corsi di formazione mirati sulla figura professionale.

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

- evoluzione dei mercati turistici: i bisogni e i nuovi modelli di consumo
- marketing turistico;
- internet marketing nel business dell'ospitalità,
- mercati, le evoluzioni del turismo e i canali di distribuzione di prodotti turistici.
- costruzione della comunicazione via Web: caratteristiche e linguaggi;
- relazioni contrattuali con i clienti e con la distribuzione di prodotti turistici;
- tecniche e metodi per la organizzazione di viaggi *taylor made*;
- sistema di qualità per le produzioni turistiche;
- 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;
- prodotti e caratteristiche della produzione per persone disabili.