

5.2.1.1.0 - Esercenti nelle attività ricettive

Le professioni comprese in questa unità definiscono, pianificano, implementano e gestiscono le strategie e le politiche di vendita di esercizi di piccole dimensioni impiegati in attività ricettive; valutano i risultati dell'attività; 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 gestionale. Sono direttamente impegnati nell'accogliere, assistere, informare e consigliare gli avventori.

Evoluzione del ruolo professionale nel settore Turismo

Nel medio termine dovranno curare l'introduzione continua di innovazioni nel ciclo produttivo in relazione ai trend di sviluppo dei mercati di riferimento dell'impresa e lo sviluppo di relazioni produttive con settori esterni al turismo. Saranno chiamati a programmare lo sviluppo di attività formative per il personale e in alcuni casi assumere direttamente il ruolo di formatori.

Dovranno sempre più analizzare le potenzialità del territorio per la costruzione di prodotti integrati in grado di assorbire gli interessi e le motivazioni della clientela e costruire, con l'assistenza dei produttori locali anche di altri settori, delle offerte da proporre alla clientela direttamente o per il tramite di altri produttori di filiera (Agenzia di Viaggio, Tour Operator). Saranno chiamati ad assolvere funzioni di assistenza agli ospiti durante tutto il periodo di permanenza nelle località visitate e dovranno effettuare il monitoraggio del gradimento e della qualità delle offerte e degli eventuali correttivi (diretti o da parte di fornitori esterni).

Compiti innovati

- effettuare il monitoraggio della evoluzione del settore turismo, introducendo sempre nuove iniziative per migliorare la permanenza degli ospiti sul territorio;
- curare l'addestramento, la progettazione delle carriere e la motivazione delle risorse umane, che risultano sempre più eterogenee e complesse da gestire;
- definire i parametri di riferimento per l'applicazione delle tecniche di *yield management*;
- effettuare il monitoraggio della qualità (valore percepito) della prestazione aziendale, anche introducendo 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 lo sviluppo 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;
- 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 Esercenti nelle attività ricettive.

5.2.1.1.0 - Esercenti nelle attività ricettive

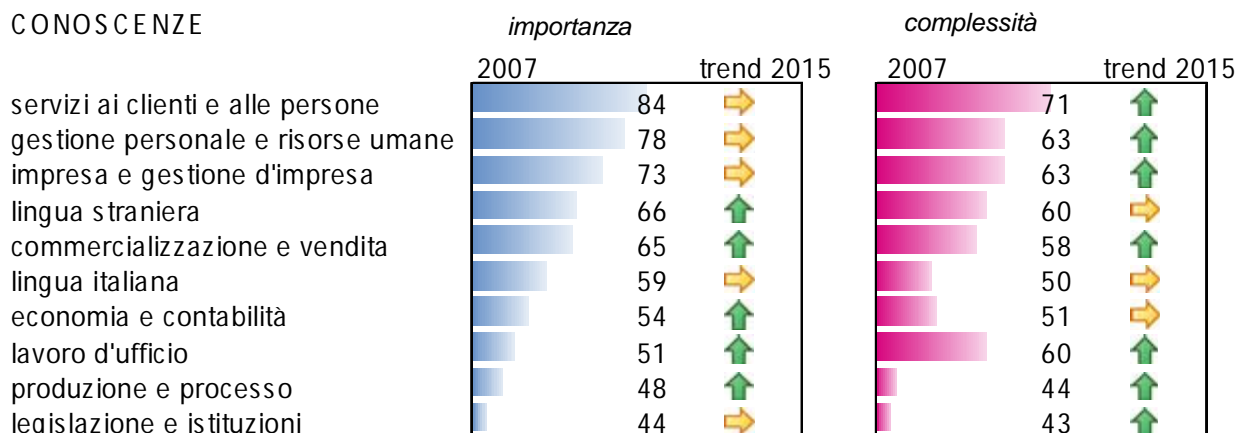
COMPETENZE

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	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	A
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	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

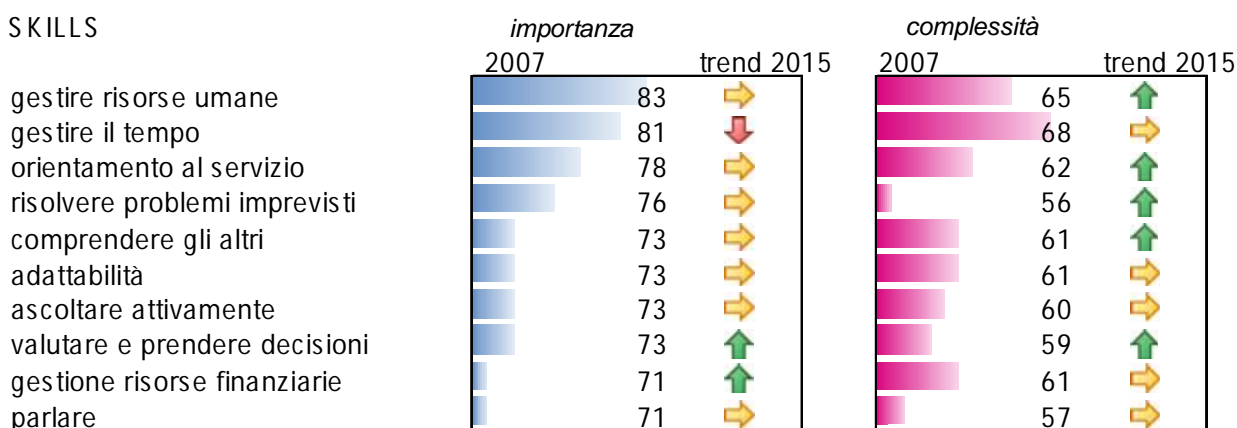
A	molto importante
B	mediante importante
C	scarsamente importante
X	non influente rispetto al ruolo

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 livello di autonomia e responsabilità per gli esercenti e gestori è molto elevato e su di essi grava la responsabilità gestionale e organizzativa dell'azienda stessa. In considerazione delle piccole dimensioni delle imprese italiane un percorso di livello universitario potrebbe apparire sovra dimensionato rispetto alle complessità della conduzione aziendale. Non bisogna però dimenticare che nel turismo molte imprese di elevato livello qualitativo sono di piccole dimensioni (produzioni di nicchia). Appare quindi opportuno un percorso formativo universitario di primo livello con l'acquisizione di ulteriori specializzazioni relative al settore specifico in cui opera l'azienda. In questo caso il ventaglio delle offerte formative è attualmente estremamente ampio e consente una preparazione specialistica rispetto al ruolo da ricoprire in settori/ambiti specifici. I percorsi di carriera sono generalmente interni al settore ma in aziende diverse. E' consigliabile una forte conoscenza della pratica aziendale che può essere acquisita anche direttamente nell'impresa in cui si esercita il ruolo. Viene però valutata con maggiore attenzione una attività pratica che si è svolta in aziende diverse e all'estero anche per l'acquisizione di competenze linguistiche scritte e orali. Nel medio periodo il percorso formativo che appare maggiormente coerente con il ruolo da ricoprire è di carattere economico/aziendalistico specializzato per il settore turismo.

- 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 turistiche 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;
- prodotti e caratteristiche della produzione per persone disabili;
- tecniche di approccio, di relazione e di animazione per le persone con disabilità.