

TRAMONTANA

live



BILANCIO DI ESERCIZIO

TO
NALE

CONTO
ECONOMICO

CONTO

TRAMONTANA*live*

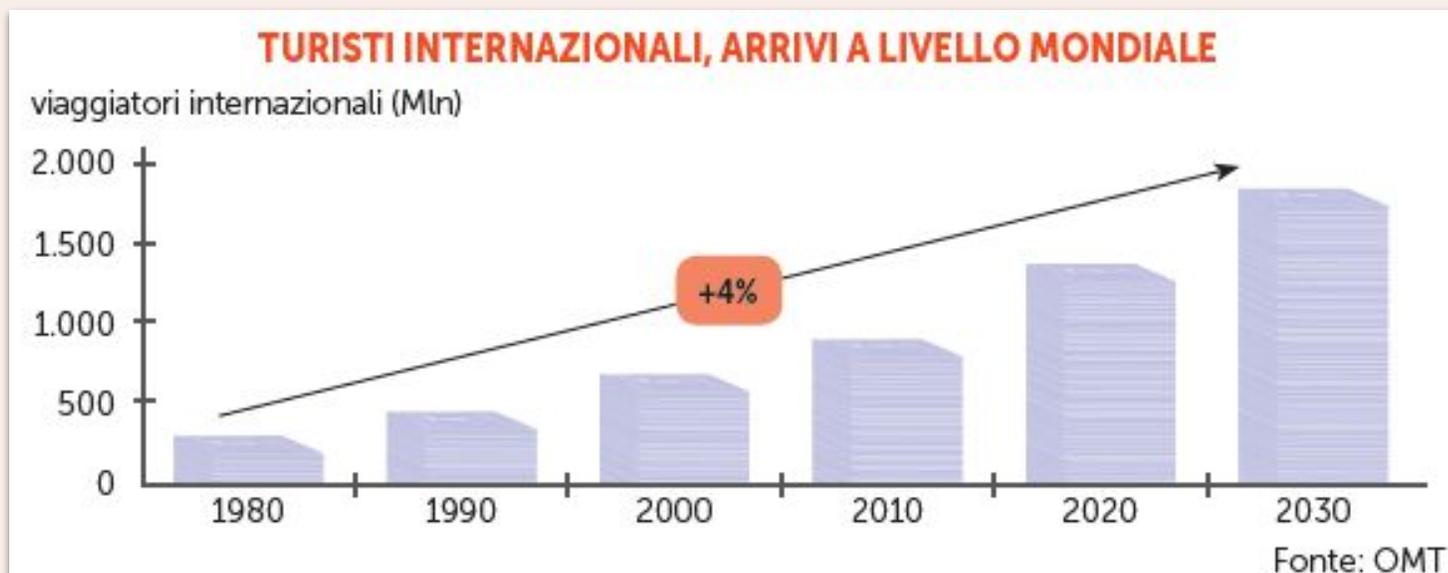
Lavorare nel turismo

Maria Giovanna D'Amelio

Il mercato del turismo

Fino al 2019 il turismo è stato uno dei settori economici che ha avuto la **crescita maggiore** a livello mondiale, con un numero di viaggiatori che aveva superato 1,5 miliardi di persone l'anno, una crescita di circa il 4% annuo e un apporto al Pil del 4,4%.

(dati Unwto)



Il mercato del turismo

Anche per l'Italia il turismo ha rappresentato negli ultimi anni un settore di fondamentale importanza.

Il sistema economico italiano, infatti, è sempre più indirizzato verso il **settore terziario**, che rappresenta ormai il **73,4% dell'occupazione** del Paese.

Commercio e turismo insieme davano lavoro a oltre **5,4 milioni di persone**, più di tutto il settore manifatturiero.

Nel 2019 l'Italia è stata il **quinto Paese più visitato al mondo**, con 94 milioni di turisti stranieri e un apporto al PIL nazionale, calcolando anche l'indotto, del 13%.

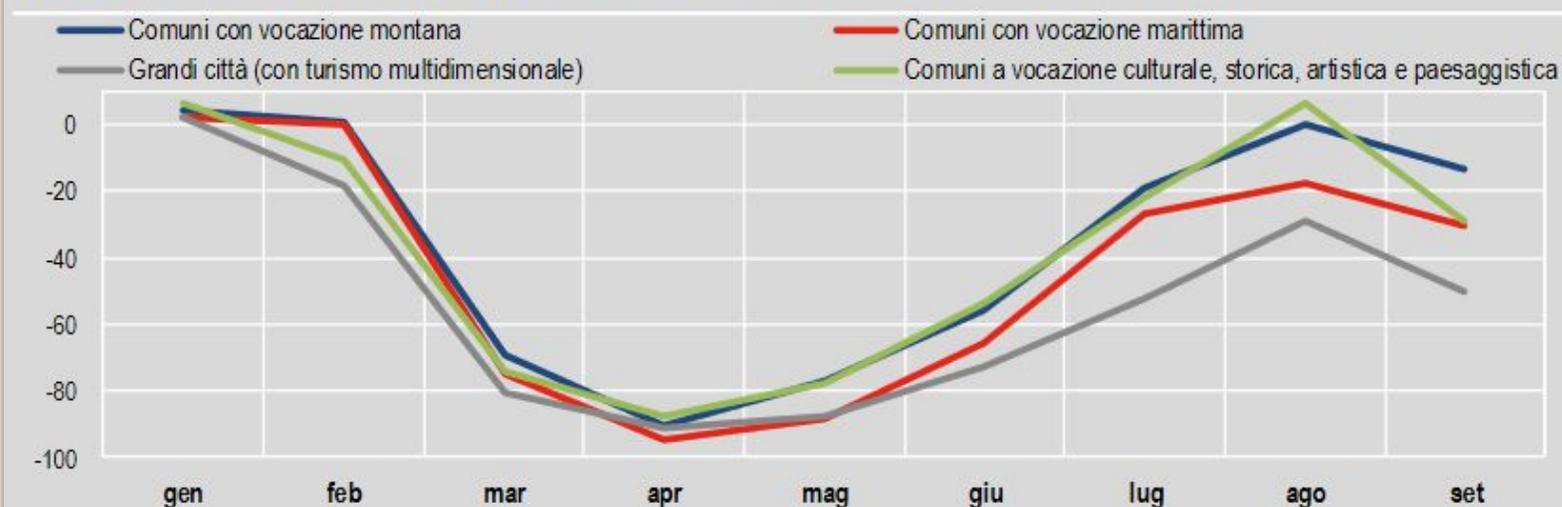
Il mercato del turismo

Il 2020, tuttavia, a causa della pandemia da Covid-19, ha prodotto un **profondo shock** per i flussi turistici in tutto il mondo.

Per l'Italia questo ha comportato circa il 51% in meno di presenze turistiche con un calo di **53 miliardi nei ricavi**.

FIGURA 3. PRESENZE DEI CLIENTI RESIDENTI IN ITALIA PER MESE E CATEGORIA DI COMUNI

Variazioni percentuali 2020/2019 per i primi nove mesi dell'anno



Fonte: Istat, Movimento dei clienti negli esercizi ricettivi, dati provvisori.

Il mercato del turismo

Anche se al momento la domanda di viaggi è ferma, a causa delle restrizioni in atto, **non si ferma tuttavia la voglia di viaggiare.**

Euromonitor* prevede un periodo dai 3 ai 5 anni per superare l'emergenza Covid-19 e assistere ad una **ripresa completa del settore viaggi.**

I diversi scenari dipendono dal tempo che sarà necessario per uscire dall'emergenza sanitaria e da quanto questa peserà sulle economie dei singoli Paesi.

* Società inglese specializzata in ricerche di mercato

Il mercato del turismo

Secondo una ricerca realizzata da **Booking.com** le persone vorranno **viaggiare di più in futuro** e recuperare il tempo perso e i viaggi a cui hanno dovuto rinunciare o che hanno dovuto cancellare.

In sei mesi del 2020, i viaggiatori hanno salvato oltre 65 milioni di “**liste desideri**”, per una raccolta di 145.000 destinazioni in tutto il mondo che sognavano di visitare una volta possibile.

(Le più aggiunte alle liste nel 2020 sono Londra, Parigi, San Pietroburgo, Dubai e Barcellona; per quanto riguarda le città italiane, sono in vetta alla lista Roma, Firenze, Napoli, Milano e Venezia).

Milioni di utenti hanno guardato video, immagini e letto contenuti relativi ai viaggi e alle vacanze.

Il mercato del turismo

Anche **Enit** è ottimista, e ritiene che nel 2022 non solo si tornerà ai livelli pre-Covid ma, addirittura, si avrà una crescita di due punti percentuale, con un ruolo sempre più rilevante del digitale, che assumerà ancora di più una funzione determinante affinché questo risultato venga raggiunto.

Il mercato del turismo ante 2020

	AZIENDE	LAVORATORI	VAR.% 19/18	QUOTA % SUL MERCATO
Servizi ricettivi	27.365	263.530	2,1	1,7
Pubblici esercizi	166.723	989.354	5,4	6,2
Intermediazione	5.852	32.480	7,1	0,2
Stabilimenti termali	252	7.573	1,7	0,0
Parchi divertimento	196	1.575	13,6	0,0
Totale turismo	200.388	1.300.512	4,7	8,2

	Dirigenti	Quadri	Impiegati	Operai	Apprendisti	Totale
Servizi ricettivi	282	2.209	53.561	200.486	12.944	269.481
Pubblici esercizi	339	1.921	42.940	858.883	85.201	989.284
Intermediazione	123	846	25.959	3.199	2.313	32.440
Stabilimenti termali	32	76	3.084	4.299	83	7.573
Parchi divertimento	15	13	255	1.081	211	1.575
Totale lavoratori	790	5.064	125.799	1.067.948	100.752	1.300.352

(Osservatorio sul mercato del lavoro nel settore turismo – 2020
elaborazione Federalberghi e Fipe su dati Inps 2019).

Il settore turistico vedeva la presenza di **200.000 aziende** che davano lavoro a oltre **1,3 milioni di persone**.

La maggior parte degli addetti lavorava per conto di **pubblici esercizi** (ristoranti, bar, pasticcerie, gelaterie, punti di ristoro, locali notturni, sale da ballo, stabilimenti balneari).

Lavorare nel turismo

Perché lavorare nel turismo

- È un settore che offre **moltissime opportunità**
 - Con certi tipi di lavoro si può **viaggiare e fare esperienze all'estero**
 - Si lavora a **contatto con persone** in vacanza che vogliono divertirsi
 - Si svolge un **lavoro multifunzionale**
 - Ci si allena a un **lavoro flessibile**, dovendo spesso cambiare sede o tipologia di lavoro
-

Quali sono gli svantaggi

- **Non è** un lavoro **adatto a tutti**
 - Si **lavora molto**, e spesso quando è festa o è periodo di vacanza
 - Spesso il lavoro si svolge **lontano da casa**
 - Per alcune mansioni la **retribuzione** non è molto alta
 - La **concorrenza** è molta, anche da parte di persone non qualificate
-

Le professioni turistiche

La **competenza legislativa** in materia di professioni turistiche è stata una questione controversa per lungo tempo, in quanto se il turismo è affidato alla **competenza legislativa esclusiva delle Regioni**, la regolamentazione delle attività professionali è invece affidata **in modo concorrente allo Stato e alle Regioni**.

Il quadro normativo è arricchito anche da diverse disposizioni comunitarie, orientate ai principi di **libertà e tutela della concorrenza** che prevedono la possibilità di esercitare attività professionali in qualsiasi Stato dell'Unione europea.

Le professioni turistiche

In Italia, in generale, le Regioni hanno adottato **criteri molto restrittivi**, imponendo limitazioni all'esercizio delle professioni turistiche, o l'esercizio esclusivo a una parte ristretta del territorio.

La Corte di giustizia dell'Unione europea ha più volte denunciato l'**incompatibilità di tali restrizioni** aprendo procedure di infrazione nei confronti dello Stato italiano.

Su questo tema sono intervenute anche diverse sentenze della Corte costituzionale e del Consiglio di Stato, che hanno reso praticamente nulle le disposizioni delle Regioni degli ultimi anni.

Le professioni turistiche

La legge 6 agosto 2013, n. 97 che recepisce le norme comunitarie ha stabilito che l'**abilitazione alla professione** di guida turistica è **valida su tutto il territorio nazionale** e che la qualifica conseguita da un cittadino dell'UE in un altro Stato membro ha efficacia su tutto il territorio di qualsiasi altro Paese.

Questo principio ha suscitato **forti proteste** in Italia.

Dopo le ultime sentenze le Regioni hanno deciso per una **sospensione di tutte le procedure di abilitazione**, in attesa di una nuova regolamentazione da parte del Ministero che possa definire con esattezza i requisiti per l'accesso alla professione.

Le professioni tradizionali

- Guida turistica
 - Receptionist
 - Direttore d'albergo
 - Accompagnatore turistico
 - Guida alpina
 - Hostess congressuale
 - Tecnico di museo
 - Istruttore sportivo
 - Food and beverage manager
 - Event manager
 - ...
-



La proposta di Tramontana



Fascicolo Imprese e professioni turistiche, allegato al volume Viaggiare senza confini A, per il secondo biennio

TRAMONTANAlive

La proposta di Tramontana

GUIDA TURISTICA



ATTIVITÀ PRINCIPALI

Quella della guida turistica è un'attività di tipo spiccatamente culturale, unica nell'ambito del settore turistico.

La guida turistica organizza percorsi di visita e accompagna singoli o gruppi in musei, gallerie, scavi archeologici, mostrando le attrattive storiche, artistiche, monumentali e paesaggistiche. Può inoltre essere chiamata a illustrare attività culturali, folcloristiche, di spettacolo e altre manifestazioni collegate al tempo libero. Alla guida è richiesto anche di saper conversare in lingua e gestire il gruppo che accompagna.

Attenzione, contrariamente a quanto si potrebbe pensare, non si tratta di un mestiere stagionale: il flusso dei visitatori infatti, in molti siti archeologici, nei musei e nelle città d'arte, è incessante e copre l'intero arco dell'anno. E se in alcuni periodi cala il numero dei turisti stranieri, aumentano i flussi interni (singoli cittadini, ma anche scuole, associazioni, enti ecc.).

QUAL È IL PERCORSO FORMATIVO

La formazione può cominciare già dalle scuole superiori: la scuola che risponde maggiormente ai requisiti di carattere culturale richiesti alla guida turistica è il liceo classico, ma anche gli istituti tecnici a indirizzo economico-turistico o professionale nei servizi commerciali offrono ottime basi.

Per l'esercizio della professione di guida turistica è necessario superare un esame di abilitazione (indetto a cadenza almeno biennale), per l'accesso al quale occorre la laurea triennale (corso di laurea in Lettere con indirizzo archeologico, in conservazione dei beni culturali o facoltà similari; consigliate anche quelle linguistiche). Per il buon esito dell'esame può essere inoltre utile seguire i corsi di formazione professionale che vengono organizzati da enti pubblici o privati.

PROFESSIONI TURISTICHE

Dopo aver ottenuto l'abilitazione si viene inseriti nell'elenco nazionale delle guide turistiche nei siti di particolare interesse storico, artistico o archeologico, curato dal Ministero dei beni culturali.

- 1 LAUREA TRIENNALE IN AMBITO UMANISTICO O LINGUISTICO
- 2 CORSI DI FORMAZIONE PROFESSIONALE
- 3 ESAME DI ABILITAZIONE

IN QUALI IMPRESE PUÒ LAVORARE

La guida turistica svolge la sua attività prevalentemente all'aperto in una determinata città, presso luoghi, opere d'arte e monumenti di valore storico e artistico.

Questa figura trova lavoro presso agenzie di viaggio, tour operator, enti turistici di ogni genere.

QUALI COMPETENZE SONO RICHIESTE

Per l'esercizio della professione di guida turistica sono necessari:

- capacità di **organizzazione e pianificazione**;
- conoscenza di **più lingue straniere** (quelle più richieste e dunque spendibili nel mondo del lavoro sono le lingue asiatiche, dato il crescente interesse per l'Europa da parte di cinesi e giapponesi);
- conoscenza approfondita della **storia dell'arte**;
- **ottima memoria**;
- capacità di **espressione verbale e cortesia**.



Le professioni emergenti

Nell'ultimo periodo la crescita dell'occupazione si sta spostando verso **figure professionali nuove**, legate all'uso di **nuove tecnologie** e, in particolare, ai temi della **comunicazione** e del **web marketing**, così come d'altra parte succede in molti altri settori economici.

Social media manager

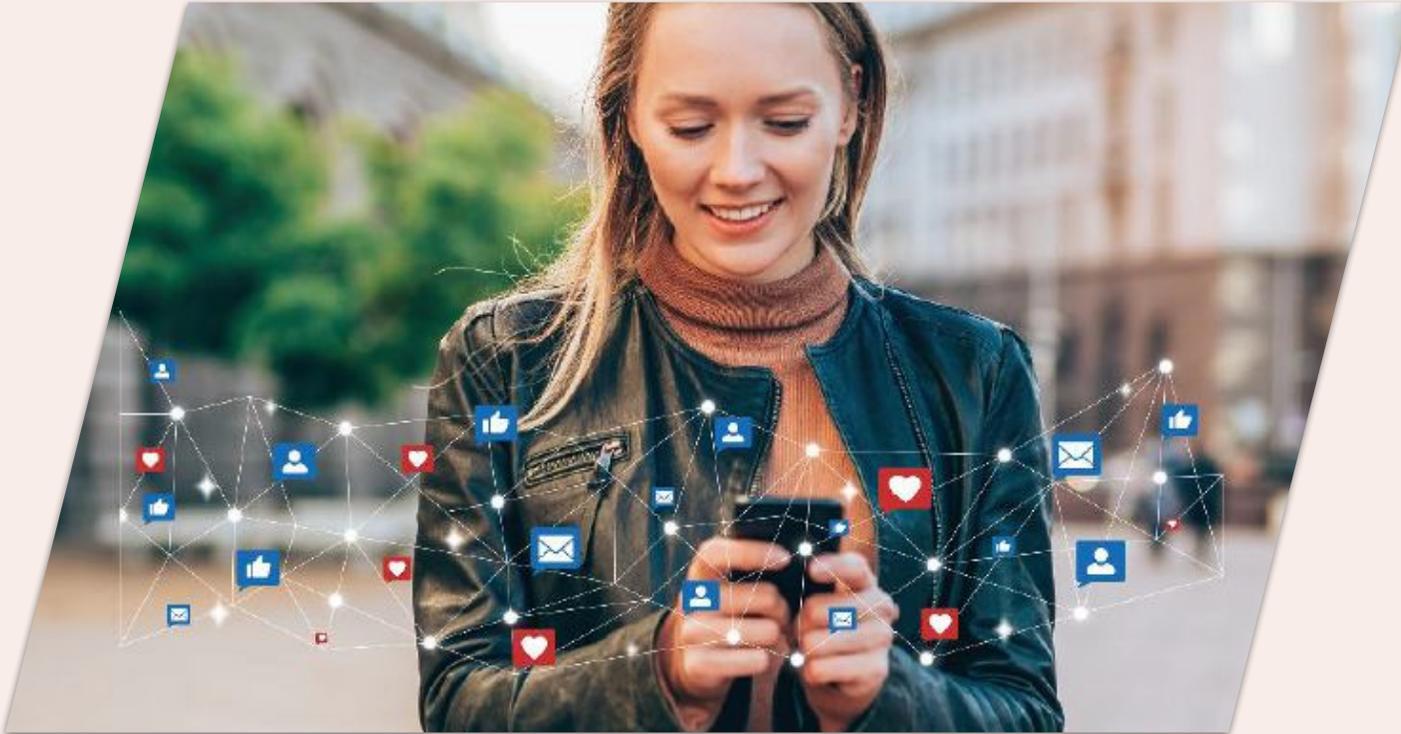


Figura incaricata di **gestire il marketing e la pubblicità sui canali social** di una azienda.

Il suo lavoro consiste nel definire e pianificare gli obiettivi da raggiungere, studiare i target, produrre contenuti sui social, gestire la reputazione, coltivare la community e i contatti, incrementare le vendite.

Social media manager

Formazione

1. Non ci sono percorsi di studio specifici
 2. Consigliata formazione in campo economico (soprattutto marketing) e digitale
 3. Corsi di formazione (molti disponibili online)
-

Competenze

- Conoscenza delle piattaforme social
 - Capacità di leggere e interpretare dati
 - Capacità relazionali
 - Doti creative e di scrittura
 - Ottima conoscenza della lingua italiana
 - Conoscenza dell'inglese e di almeno una lingua straniera
-

Travel blogger

Grande **appassionato di viaggi** che **scrive contenuti specifici per il settore turistico**. Tiene un diario online (il blog) sul quale condivide racconti, consigli, foto e video sulla base delle proprie esperienze di viaggio.

Si occupa dell'ottimizzazione per i motori di ricerca dei testi, e trova il modo di monetizzare il blog, tramite pubblicità, affiliazioni, sponsorizzazioni.



Travel blogger

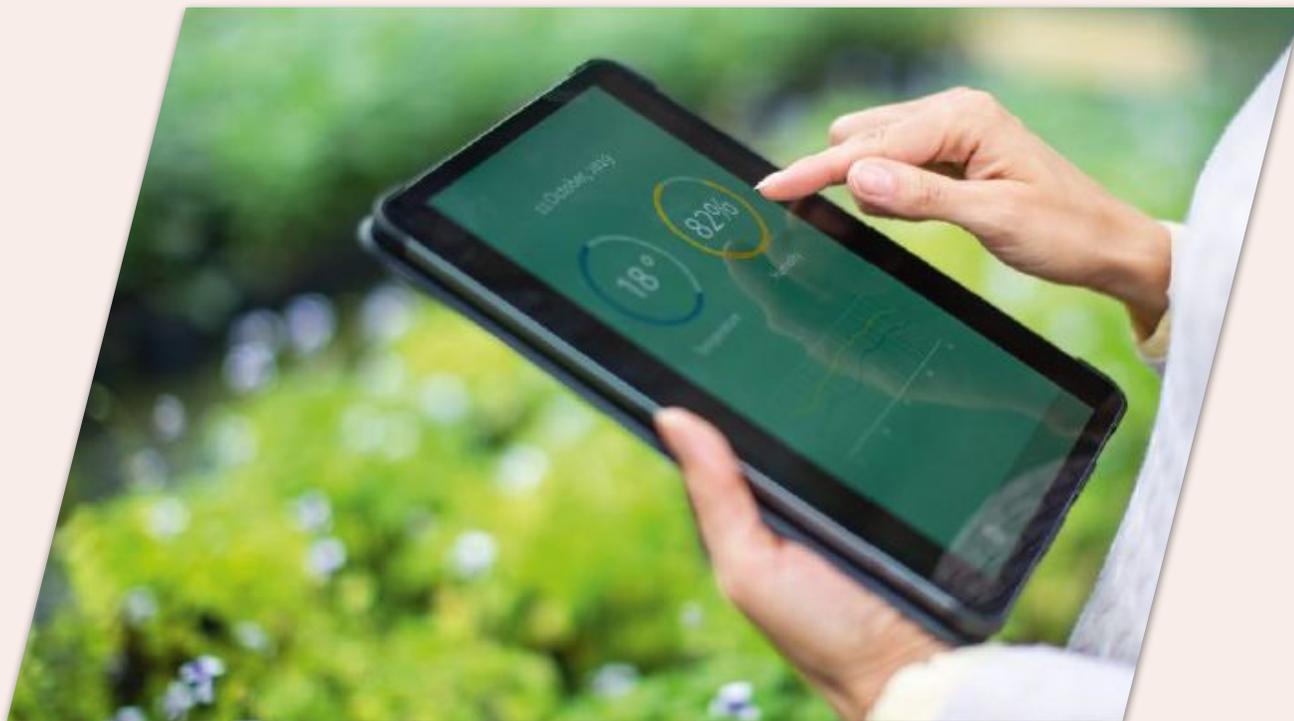
Formazione

1. Non ci sono percorsi di studio specifici
 2. Consigliata formazione in campo turistico o umanistico
 3. Corsi di formazione (molti disponibili online)
-

Competenze

- ottima capacità di scrittura
 - conoscenze legate alla creazione e gestione di spazi web
 - capacità relazionali
 - competenze legate a fotografia e video making
 - competenze in materia di SEO (ottimizzazione per i motori di ricerca)
-

Promotore sviluppo turistico sostenibile



Si occupa di **orientare l'offerta turistica verso i principi della sostenibilità** e della tutela del patrimonio ambientale, creando prodotti turistici all'interno di progetti che rispondano ai principi dello sviluppo sostenibile.

Studia il contesto locale, propone e segue progetti, crea reti tra più soggetti, cerca finanziamenti, sensibilizza l'opinione pubblica.

Promotore sviluppo turistico sostenibile

Formazione

1. Consigliabile una laurea in materie turistiche, in architettura, in beni culturali o similari
 2. Successivi corsi o master di approfondimento sul tema della sostenibilità
-

Competenze

- Conoscenza di tutti gli aspetti legati al tema della sostenibilità
 - Conoscenze storiche, artistiche, naturalistiche del territorio
 - Conoscenza del mercato turistico
 - Conoscenza di almeno due lingue straniere
 - Capacità organizzative e di coordinamento
 - Propensione all'innovazione
-

Le imprese turistiche

La competenza imprenditoriale

In un contesto economico caratterizzato da:

- **tassi di disoccupazione** non solo giovanile molto elevati
- **crisi economica**
- rapidi cambiamenti dovuti dalla **globalizzazione**

la capacità imprenditoriale delle persone viene considerata un **elemento cruciale per la ripresa economica**, per la creazione di posti di lavoro, per l'inclusione e la riduzione della povertà

La competenza imprenditoriale

Lo spirito d'iniziativa e di imprenditorialità è una delle otto competenze chiave europee (**competenza imprenditoriale**).

Essa è definita come la:

*“capacità di agire sulla base di **idee e opportunità e di trasformarle in valori** per gli altri. Si fonda sulla creatività, sul pensiero critico e sulla risoluzione di problemi, sull'iniziativa e sulla perseveranza, nonché sulla capacità di lavorare in modalità collaborativa al fine di programmare e gestire progetti che hanno un valore culturale, sociale o finanziario”*

Il Quadro Europeo di riferimento

Il 10 Giugno 2016 la Commissione europea ha elaborato una Nuova Agenda di Competenze per l'Europa, e in tale ambito è stato sviluppato il **Quadro di Riferimento (Framework) delle competenze imprenditoriali, (EntreComp)**.

Un modello attraverso cui si è cercato di stabilire quali devono essere le **caratteristiche e le abilità personali di un imprenditore**.

Il Quadro Europeo di riferimento

COMPETENZE	ABILITÀ
1.1 Riconoscere le opportunità 1.2 Creatività 1.3 Vision 1.4 Idee di valore 1.5 Pensiero etico e sostenibile	Usare la propria immaginazione e abilità per trovare opportunità e creare valore Sviluppare idee creative e propositive Lavorare seguendo la propria visione del futuro Sfruttare al meglio idee e opportunità Valutare le conseguenze e l'impatto di idee, opportunità e azioni
2.1 Autoconsapevolezza e autoefficacia 2.2 Motivazione e perseveranza 2.3 Mobilizzare le risorse 2.4 Conoscenze economico-finanziarie 2.5 Mobilizzare gli altri	Crederci in se stessi e continuare a crescere Concentrarsi e non rinunciare Ottenere e gestire le risorse di cui si ha bisogno Sviluppare un know how economico e finanziario Ispirare e coinvolgere gli altri
3.1 Prendere le iniziative 3.2 Pianificazione e gestione 3.3 Fronteggiare incertezza, ambiguità e rischio 3.4 Lavorare con gli altri 3.5. Imparare dall'esperienza	Essere proattivi, cioè avviare processi che creano valore Elencare le priorità, organizzarsi e continuare Prendere decisioni che affrontino rischi e incertezze Fare squadra, collaborare e restare connessi Imparare facendo

Imprenditori si diventa?

Diverse ricerche scientifiche dimostrano che **imprenditori si diventa**, soprattutto con una adeguata formazione, oltre che con l'esperienza.

Alcune persone hanno **caratteristiche personali che si adattano particolarmente** a svolgere attività imprenditoriali:

- capacità di leadership
- autonomia di pensiero
- pazienza nell'attesa dei risultati
- creatività
- elasticità mentale
- propensione al rischio
- facilità di stabilire buone relazioni umane

È probabile che queste caratteristiche non siano presenti tutte nella stessa persona, ma in molti casi è possibile acquisirle acquisire attraverso **lo studio, l'allenamento e l'esperienza**.



Chiunque
può
diventare
un ottimo
imprenditore

Perché diventare imprenditori?

PRO

- prospettiva di guadagni alti
 - libertà di prendere decisioni in autonomia
 - disponibilità del proprio tempo
 - soddisfazione personale per i successi dell'attività
-

CONTRO

- assunzione di rischi: il successo dell'impresa dipende da fattori incerti
 - responsabilità: peso della sorte delle persone che lavorano nell'impresa
 - incertezza economica: guadagni non stabili
 - spirito di sacrificio: molto impegno e tanto lavoro
-

Le imprese tradizionali

- Agenzia di animazione
 - Agenzia di viaggio
 - Bed & Breakfast
 - Albergo
 - Ristorante
 - Agriturismo
 - Centro congressi
 - Società di servizi
 - Stabilimento balneare
 - Impianto sportivo
 - ...
-



La proposta di Tramontana

Fascicolo
Imprese e professioni turistiche,
allegato al volume
Viaggiare senza confini A,
per il secondo biennio



TRAMONTANA *live*

La proposta di Tramontana

AGENZIA DI VIAGGIO

ATTIVITÀ PRINCIPALE

Le agenzie di viaggio sono imprese turistiche che esercitano l'attività di produzione, organizzazione e vendita di pacchetti turistici, nonché attività di intermediazione e assistenza ai turisti nella vendita di servizi turistici e servizi complementari.

Le agenzie di viaggio possono essere divise in due categorie:

- **tour operator:** che producono e organizzano pacchetti e servizi turistici, individuali, di gruppo, a domanda, organizzati;
- **travel agent:** che svolgono solo attività di intermediazione, limitandosi a vendere pacchetti turistici organizzati da altri soggetti o singoli servizi, come per esempio l'acquisto di biglietti di viaggio.

La distinzione non opera all'interno della singola agenzia, che può svolgere anche entrambe le attività. Negli ultimi anni il ruolo delle agenzie di viaggi è molto cambiato, perché sempre più persone utilizzano le piattaforme online per cercare informazioni e acquistare viaggi, soggiorni, biglietti e servizi aggiuntivi, quindi gli operatori del



settore sono stati costretti a reinventarsi e trovare nuove formule per attrarre la clientela, soprattutto quella che preferisce fare acquisti stando comodamente a casa, che deve essere raggiunta attraverso sistemi di informazione online e offrendo servizi innovativi per l'organizzazione dei propri viaggi. Attualmente in Italia sono presenti circa 12.000 agenzie di viaggio.

SERVIZI OFFERTI

Il lavoro che si svolge in un'agenzia di viaggi non consiste nel fare viaggi in proprio, come molti immaginano, ma nell'organizzare i viaggi altrui cercando di soddisfare le esigenze dei clienti.

L'agenzia di viaggi, infatti, è un intermediario turistico che organizza e vende viaggi e vacanze, che può offrire i seguenti servizi:

- organizzazione o vendita di soggiorni, viaggi, crociere;
- organizzazione di escursioni individuali o collettive e giri di città con ogni mezzo di trasporto;
- prenotazione, vendita di biglietti ferroviari, marittimi, aerei ed altri tipi di trasporto;
- accoglienza dei propri clienti nei porti, aeroporti, stazioni di partenza e di arrivo, con fornitura di mezzi individuali o collettivi di trasporto;
- assistenza e accompagnamento dei clienti nelle escursioni e viaggi da esse organizzati;
- prenotazione di servizi di albergo e di ristorante;
- attività di informazione e pubblicità di iniziative turistiche;
- assistenza per il rilascio di passaporti e visti consolari;
- inoltro, ritiro e deposito di bagagli per conto e nell'interesse dei propri clienti;
- prenotazione del noleggio di autovetture e di altri mezzi di trasporto;
- distribuzione e vendita di pubblicazioni utili al turismo quali guide, mappe, opere illustrative;
- prenotazione e vendita di biglietti per spettacoli, fiere e manifestazioni.

Le agenzie di viaggio possono essere aperte anche con la formula del **franchising**, un contratto attraverso cui il franchisor, che ha un marchio noto sul mercato, cede alla società affiliata (franchisee) il proprio nome, la propria esperienza e la propria assistenza tecnica

IMPRESE TURISTICHE

ed amministrativa, potendo contare su un forte potere contrattuale con i fornitori di servizi, dietro il pagamento di una somma di denaro, e il franchisee si impegna a operare sul mercato secondo le indicazioni ottenute dalla casa madre.

ITER PER L'APERTURA

L'apertura delle agenzie di viaggi è disciplinata dalle singole Regioni, quindi nella fase di apertura è necessario consultare le norme regionali specifiche.

In ogni caso, come per tutte le imprese, il primo adempimento da rispettare è l'**iscrizione al Registro delle imprese** attraverso la Comunicazione unica, con cui si ottiene anche l'iscrizione a Inps e Inail e il numero di partita Iva.

Successivamente occorre **presentare il modello SCIA** (Segnalazione certificata di inizio attività) allo sportello SUAP (Sportello Unico Attività Produttive) competente per territorio, per attestare il possesso dei requisiti previsti dalle norme e l'avvio delle attività.

La denominazione scelta per l'agenzia non deve essere tale da ingenerare confusione nel consumatore e non deve coincidere con la denominazione di Comuni o Regioni italiane.

Per lo svolgimento dell'attività, le agenzie di viaggio devono stipulare specifiche **polizze assicurative** al fine di garantire i clienti nell'eventualità di risarcimento dei danni per inadempimento derivante dal contratto di viaggio.

Sempre a tutela dei turisti, l'apertura di un'agenzia richiede la **nomina di un direttore tecnico**, cioè un soggetto che sia responsabile della gestione tecnica delle operazioni svolte e che dimostri il possesso di determinati requisiti indicati dalle leggi regionali, tali da assicurare la competenza nella gestione di servizi così delicati come l'organizzazione di viaggi. Nell'ipotesi di avvio di un'agenzia di viaggi online sono richiesti gli stessi adempimenti previsti per un'agenzia di tipo tradizionale.

COMPETENZE E REQUISITI RICHIESTI

Le competenze richieste per l'apertura di un'agenzia di viaggi sono diverse a seconda che il titolare eserciti direttamente l'attività o che voglia invece assumere del personale dipendente.

È richiesta innanzitutto la presenza di un **Direttore tecnico** autorizzato, che può essere lo stesso titolare (in caso di imprese individuali) o un dipendente, che assume la totale responsabilità tecnica dell'agenzia, firmando ogni documento ufficiale.

Deve essere iscritto all'albo regionale dei direttori tecnici, a cui si può accedere o avendo già i requisiti previsti dalla legge, o partecipando a esami periodici organizzati dalle Regioni per verificare le competenze professionali possedute.

Il Direttore Tecnico deve avere conoscenza dell'amministrazione e organizzazione delle agenzie di viaggi, conoscere i fondamenti di tecnica amministrativa, legislazione e geografia turistica, di almeno due lingue straniere.

La figura del Direttore tecnico potrebbe non essere necessaria se l'agenzia di viaggi viene aperta con la formula del franchising, perché in questo caso la direzione tecnica dipende direttamente dalla casa madre.

Per la gestione del rapporto con i clienti, il titolare o gli operatori devono possedere inoltre doti di **dinamismo e flessibilità**, visto che si tratta di un settore in continua evoluzione, **capacità organizzative, gestionali e relazionali**, per coltivare il rapporto con la propria clientela, **capacità di problem solving**, considerato che nell'organizzazione di viaggi o pacchetti potrebbero presentarsi degli imprevisti per i quali è necessario prevedere soluzioni rapide e immediate per i clienti, buona **familiarità con gli strumenti informatici, doti creative e promozionali**.

ASTOI

(Associazione Tour Operator Italiani)
Rappresenta oltre il 90% del mercato del tour operating italiano, si occupa di tutelare gli interessi delle imprese di viaggio e di valorizzarne il ruolo.

A.I.A.V.

(Associazione Italiana Agenti di Viaggio)
Gestisce il "Qi - Marchio di Qualità delle Agenzie di Viaggio" approvato dal Ministero dello Sviluppo Economico ed è l'unica associazione ad essersi dotata di un Codice Etico.

FAIETF

(Federazione Italiana Associazioni Imprese di Viaggi e Turismo)
Raggruppa e rappresenta in logica federativa 16 Associazioni regionali o sovra-regionali di Agenti di Viaggio, è socio fondatore di Confindustria (Confcommercio) e si occupa di tutelare gli interessi di piccole e medie imprese operanti nel settore.



Start up a vocazione turistica

Imprese innovative che hanno come oggetto la **promozione dell'offerta turistica** nazionale attraverso l'uso di **tecnologie** e lo sviluppo di software originali.



Start up a vocazione turistica

Esempi di start up di successo (premiato dal Mibact)

- sistema di **digitalizzazione del check-in** che porta all'eliminazione delle chiavi di hotel, case vacanze, B&B e che consente agli ospiti di aprire le stanze attraverso il proprio cellulare e di gestire il check-in in piena autonomia;
- piattaforma che permette di **prenotare visite guidate all'interno delle grandi imprese** del Made in Italy e fare esperienze al loro interno;
- piattaforma a supporto dei conducenti di auto elettriche, in grado di **mappare tutte le stazioni di ricarica** in Italia e in Europa, con le informazioni utili per effettuare le ricariche;
- sistema che offre una guida interattiva digitale **per raccontare il patrimonio culturale**, paesaggistico e museale **italiano ai turisti cinesi**, nella loro lingua e attraverso il loro social network WeChat;
- sito di prenotazioni on line per il **noleggio privato di autobus con conducente**, che mostra le offerte più vantaggiose per i propri viaggi di gruppo;
- sistema che consente di **ottenere gratuitamente il rimborso per ritardo aereo**, volo cancellato, smarrimento o danneggiamento bagaglio, vacanza rovinata.

Start up a vocazione turistica

Avvio dell'attività

- avere un'idea imprenditoriale innovativa che possa essere realizzabile, sostenibile nel tempo
 - formare un team di persone con competenze diverse
 - ricerca dei finanziamenti necessari per avviare l'attività
 - costituzione di una società di capitali
 - presentazione della dichiarazione d'inizio attività
 - iscrizione alla sezione speciale delle start-up innovative del Registro delle Imprese
-

Competenze e requisiti

- impresa nuova o costituita da non più di 5 anni;
 - sviluppo, produzione e commercializzazione di un prodotto o servizio ad alto valore tecnologico
 - sede in Italia
 - fatturato annuo inferiore a 5 milioni di euro

 - competenze tecniche, cioè persone in grado di sviluppare il progetto di business
 - competenze di marketing e comunicazione
 - competenze organizzative
 - capacità di prendere decisioni
-

**Quali prospettive
per il turismo?**

Il turismo sostenibile

Studi recenti indicano che il **turismo del futuro** sarà più consapevole, **più sostenibile**, più attento al proprio impatto sul territorio e sulle comunità locali.

Anche le mete cambieranno: torneranno le classiche e i viaggi esotici, ma **i viaggi locali e le destinazioni meno conosciute** saranno più apprezzati.

La domanda sarà sempre più orientata verso **proposte di spazi aperti**, itinerari naturalistici poco battuti, rivisitazione dei luoghi del cuore, piccoli borghi e parchi, luoghi non affollati, dove è più semplice rispettare il distanziamento sociale.

Il viaggiatore del futuro desidererà riscoprire il **piacere delle piccole cose**, l'importanza del contatto con la natura e la necessità del relax, l'importanza dei viaggi con la famiglia e con gli amici a 4 zampe.

Il turismo sostenibile

I viaggiatori cercheranno di **evitare l'alta stagione**, il sovraffollamento e le attrazioni turistiche prese d'assalto.

La scelta della destinazione turistica è fortemente influenzata dal **desiderio di supportare le attività locali**.

Si dovrà coniugare la **sostenibilità con l'innovazione**: offrire punti di ricarica per auto elettriche, ridurre e monitorare i consumi energetici, proporre offerte che includano una mobilità soft, come per esempio le biciclette.

Il turismo esperienziale

Il turismo esperienziale è una forma di turismo in cui ciò che viene venduto non è il viaggio o il soggiorno in un posto, ma **un'esperienza particolare in grado di coinvolgere emotivamente**, intellettualmente e fisicamente l'ospite.

È diretto ad approfondire la cultura e la tradizione di un luogo e ad immergersi a pieno nella vita degli abitanti e nelle loro abitudini quotidiane, in modo da trasmettere l'autenticità del territorio, le sue tradizioni storiche, lo stile di vita.

L'obiettivo di questa forma di turismo è **riuscire a colpire e emozionare il viaggiatore**, che ricorderà l'esperienza vissuta nel tempo.

Il turismo esperienziale

Sono degli esempi:

- partecipare ad una **lezione di cucina di piatti della tradizione** di una località
 - partecipare alla **creazione e messa in scena di uno spettacolo**
 - entrare a far parte dell'organizzazione di una **manifestazione folcloristica** locale
 - dare il proprio contributo al lavoro di **raccolta di prodotti agricoli**
 - **accudire gli animali** di un maneggio o di una fattoria
 - **praticare sport, escursionismo, camminate**
-

Il turismo digitale

L'offerta turistica in futuro sarà **sempre più digitalizzata**, con aumento della presenza sui portali e sui social per attrarre nuova clientela e creazione di nuove forme di esperienze turistiche.

Il ruolo del digitale è già molto forte nel mercato turistico:

- i turisti fanno **ricerche sulla rete** per verificare le località da visitare e i servizi offerti
- sempre più persone usano strumenti immersivi, come **tour virtuali**, per visionare l'alloggio prima della prenotazione,
- si usano app come Google Maps e Street View per **visitare la località**
- si **prenotano biglietti e servizi** direttamente online, compresi i pagamenti
- molti viaggiatori usufruiscono di **vacanze last minute**, con offerte personalizzate inviate sulla base della profilazione degli utenti

Il turismo digitale

- il turista **condivide sui social** i selfie, le foto dei luoghi che visita, le storie su Instagram, tagga il ristorante e l'hotel
- tornati a casa, i turisti **comprano online prodotti legati alla località visitata** (per lo più si tratta di prodotti alimentari, ma anche abbigliamento e cataloghi o libri)
- il turista digitale crea e **condivide album fotografici, scrive recensioni** sui luoghi visitati nei forum e sui siti di viaggio, creando informazioni utili a nuovi potenziali clienti
- si realizzano **app per servizi innovativi**, come per esempio: collegamento con gli animatori che presentano attività dedicate rivolte a bambini e adulti, dai giochi al fitness, la prenotazione di servizi di ristorazione e di tutto quanto è parte integrante dell'animazione in spiaggia, con possibilità di continuare a usufruire del servizio per tutta l'estate, anche dopo la vacanza

Il turismo digitale

- Con l'esperienza dello **smart working** è diventato più semplice abbinare lavoro e svago
- Si sta sviluppando un vero e proprio fenomeno di **lavoro+vacanza**
- Non essendo più necessario stare in ufficio tutti i giorni, i viaggi saranno tendenzialmente più lunghi
- Le vacanze si possono prolungare grazie alla possibilità di lavorare da remoto
- Tantissimi hotel, strutture, borghi diffusi si stanno attrezzando per fornire il massimo comfort per lo smart working: spazi dedicati, connessione veloce e dotazione di strumenti

Il turismo in sicurezza

Mesi di paura del contatto e del contagio non svaniranno facilmente, di conseguenza **il viaggiatore del futuro porrà fra le sue priorità la sicurezza.**

Ci si aspetta infatti che il settore dei viaggi garantisca e mantenga in futuro nuovi standard e precauzioni per evitare gli affollamenti.

Secondo un sondaggio condotto in ottobre 2020 da  sulla propria clientela si rileva come attualmente le principali preoccupazioni del turista sono salute e sicurezza ed hanno più successo gli hotel, le compagnie aeree, i ristoranti che comunicano bene i loro protocolli sanitari.

L'esigenza di sentirsi sicuri porterà a una forte crescita di interesse per le **gite all'aperto**, le località di collina e i laghi, l'escursionismo e il relax nella natura.

Il turismo in sicurezza

Scelte fatte da alcune strutture ricettive per garantire la sicurezza ai propri clienti:

- utilizzo del menu digitale
 - check-in on line per l'ingresso alle strutture ricettive
 - camere sanificate con l'ozono
 - trattamenti wellness per rafforzare il sistema immunitario
 - offerte di trattamenti medicali
-

Le competenze richieste

- conoscenza delle lingue
 - competenze digitali
 - creatività e innovazione
 - competenze comunicative
 - capacità organizzative
 - capacità di cogliere i cambiamenti del mercato
 - flessibilità e capacità di adattamento
-

Quale ruolo ha la scuola?

Conoscenza delle lingue

- studio di tre lingue
- puntare sulla comunicazione verbale
- certificazioni linguistiche

Competenze digitali

- assenza di informatica nel curriculum
- ogni docente deve dare il proprio apporto
- ruolo del docente di Discipline turistico-aziendali
- progetti su questa competenza (es PCTO)

Competenze comunicative

- abituare i ragazzi a comunicare
(esempio svolgere gare di debate)

Capacità organizzative

- lavorare sul problem solving
- realizzare compiti di realtà

Capacità di cogliere i cambiamenti del mercato

- didattica fortemente legata all'attualità
 - incontri con imprenditori del settore
 - visite guidate a realtà territoriali locali
-

**GRAZIE A TUTTI
PER L'ATTENZIONE**

TRAMONTANA *live*

Il corso "La progettazione didattica nei nuovi istituti professionali"



a cura di Arduino Salatin e Maria Giovanna D'Amelio

Per rendere effettiva l'integrazione disciplinare è necessario individuare gli insegnamenti, le attività e i nuclei fondanti di ogni materia che concorrono all'acquisizione di competenze. Le UdA rappresentano in questo senso uno strumento fondamentale per la progettazione didattica dei nuovi istituti professionali.

MODULO 1

La riforma degli istituti professionali: novità e PECUP

MODULO 2

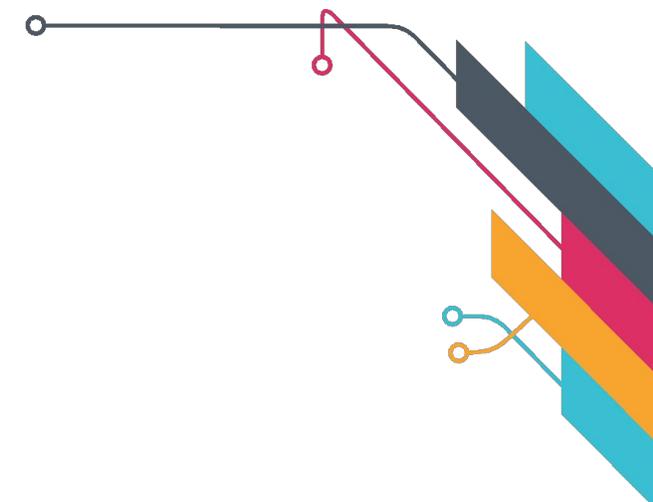
Il piano delle UdA: che cos'è e come si costruisce

MODULO 3

UdA interdisciplinari e compiti di realtà

MODULO 4

La valutazione delle competenze e il PFI



Scopri di più e organizza nella tua scuola!

www.formazioneSUMISURA.it

Rizzoli
EDUCATION