

L'AREA SERVIZI ALLA PERSONA

L'area "Servizi alla persona" si caratterizza per una molteplicità di attività lavorative in cui è prevista la fornitura di un servizio - sia esso di prima necessità o di carattere opzionale - che comporta una relazione diretta con il cliente/utente.

Si ritiene opportuno identificare come campo di indagine due principali sub aree, all'interno delle quali gli operatori sono coinvolti in un rapporto diretto con i beneficiari, tale che il prodotto e il processo del servizio coincidono:

- Servizi sociali e socio assistenziali;
- Servizi per il tempo libero e la cura della persona.

Ciascuna sub-area fa riferimento a bisogni individuali di natura diversa, legati gli uni ad uno stato di necessità psico-fisica, gli altri alla cura della persona. Gli ambiti individuati presentano inoltre una loro autonomia con dinamiche che, pur avendo delle analogie con altre aree professionali, come "Servizi socio-sanitari", "Attività associative", "Educazione e formazione" e "Turismo, ospitalità e Tempo libero", hanno una loro specifica configurazione organizzativa e un mercato di riferimento chiaramente individuabile.

Qui di seguito esamineremo in particolare la sub-area dei Servizi per il tempo libero e la cura della persona.

Un aspetto che connota fortemente le società occidentali nell'ultimo ventennio è infatti il peso crescente che ha assunto il tempo libero, generando un mercato molto variegato con un tasso di innovazione di servizio e di prodotto che rappresenta una voce molto importante nel PIL di molti paesi.

Il tempo libero rappresenta un concetto trasversale che si collega a dimensioni molto

diverse quali gli hobby, lo sport, la vacanza, il lavoro, l'associazionismo, e, non da ultimo, la cura della persona. In questa sub-area vengono individuati tre principali ambiti di attività:

- i servizi ricreativi per l'infanzia, che comprendono tutte le strutture dove sono prevalenti attività ludiche e ricreative (ludoteche, mini club e così via).
- i centri fitness e centri benessere (wellness), che includono le attività legate alla cura psico-fisica della persona;
- i servizi estetici e di bellezza, come i centri estetici, gli istituti di bellezza e i saloni di acconciatura, che rappresentano le attività strettamente collegate alla cura estetica.

Prendiamo in considerazione le prime due tipologie.

I SERVIZI RICREATIVI PER L'INFANZIA

I servizi rivolti all'infanzia rappresentano un settore fondamentale per lo sviluppo e la qualificazione del territorio e si possono considerare un indicatore particolarmente significativo del livello della qualità della vita di un'intera collettività.

Tra i servizi educativi per l'infanzia hanno avuto un grande sviluppo i servizi educativi e ricreativi per il tempo libero, che sono luoghi con caratteristiche educative, ludiche, culturali e di aggregazione sociale, la cui gestione presenta minori obblighi dal punto di vista organizzativo e strutturale rispetto ai servizi educativi veri e propri.

I servizi ricreativi più diffusi e conosciuti sul territorio sono il baby-parking e la ludoteca. Prendiamo in particolare in esame quest'ultima. La ludoteca compare in Europa intorno al 1960 nei paesi all'avanguardia nella ricerca di nuove realizzazioni sociali, come la Svezia, la Francia,



la Norvegia, la Danimarca e la Gran Bretagna. Si possono individuare tre linee che caratterizzano la realtà delle ludoteche europee legate ai diversi contesti culturali in cui hanno avuto origine. La prima tipologia, quella rappresentata dalle ludoteche francesi e danesi, nasce principalmente per il prestito dei giochi e dei giocattoli ed è orientata soprattutto ad un pubblico adulto; la seconda tipologia, costituita dalle ludoteche della Gran Bretagna e della Svezia, ha avuto originariamente una funzione di supporto per i ragazzi con difficoltà mentali e fisiche; la terza tipologia nasce in Norvegia, dove le prime ludoteche avevano come finalità l'iniziazione culturale dei ragazzi ed erano per questo strettamente legate alla scuola.

In Italia la ludoteca si presenta con delle caratteristiche che almeno alle origini la differenziano molto dalle altre esperienze condotte in Europa, connotandosi subito come centro culturale di incontro tra adulti e bambini in un contesto di crescita realizzato attraverso il gioco.

Non esiste un modello unico di ludoteca: in termini molto generali può essere descritta come uno "spazio gioco" aperto ai bambini fino ai 12 anni, che possono rimanervi per un periodo indeterminato di tempo sotto la sorveglianza di un genitore o di un tutore. Le ludoteche, che possono essere pubbliche o private, si differenziano in:

- ludoteche di base;
- annesse ad altri servizi educativi oppure;
- a locali pubblici e privati, centri commerciali, fiere, musei dei bambini, aeroporti, porti, stazioni, ospedali, istituti penitenziari e così via. All'interno di uno "spazio libero" per giocare, esse offrono una gamma molto differenziata di servizi che non si limitano alla custodia dei bambini, ma vanno dall'animazione al prestito di giochi e

giocattoli, all'organizzazione di laboratori riguardanti lingue straniere, informatica e multimedialità, teatro, ricerca e recupero delle tradizioni popolari, pittura e altre attività manuali che stimolano la creatività.

I CENTRI FITNESS E I CENTRI BENESSERE (WELLNESS)

Il termine fitness si riferisce ad un'attività psico-motoria in cui ogni movimento viene finalizzato al miglioramento della salute e all'aumento della qualità della vita e dell'integrità fisica degli individui. L'elemento che lo differenzia dalle discipline sportive tradizionali è la mancanza di competizione: in questo senso, il fitness è sinonimo di benessere psicofisico. Esso si pratica principalmente in palestra o in piscina, nei centri fitness, nei centri benessere (wellness), che prevedono anche una disciplina alimentare e cure fisioterapiche e nei centri termali, dove vengono eseguiti massaggi e originali pratiche curative, utilizzando ad esempio prodotti a base di erbe.

Questa pratica comprende un'ampia gamma di attività che vanno dall'aerobica e dall'acqua fitness, al body building nelle sue varie accezioni, tutte attività che non sono assoggettate ad una regolamentazione facente capo alle federazioni sportive riconosciute dal CONI.

Secondo gli ultimi dati disponibili (2003-2004), intorno a questi servizi si è generato un giro di affari che ammonta a quasi 2.000 milioni di euro, con un tasso di crescita medio annuo negli ultimi 5 anni del 2,3%. Il numero di praticanti abituali ha superato i 6 milioni ed è in costante aumento. Gli addetti sono circa 28.000.



L'ANALISI DEI PROCESSI DI LAVORO

Rispetto al ruolo degli operatori, anche nelle organizzazioni che erogano servizi alla persona ci sono innumerevoli ruoli e funzioni, ma l'intero processo di lavoro non può essere parcellizzato come avviene in altri settori, come ad esempio in quello industriale.

Altri elementi trasversali alle sub-aree analizzate in questa ricerca, che ricompongono le differenze spesso estreme degli ambiti di intervento dei servizi alla persona possono essere individuate come segue:

- di solito la proprietà di questo tipo di servizi non è trasferibile;
- il servizio non può essere mostrato prima dell'acquisto, poiché prima di questo momento esso non esiste;
- nei servizi produzione e consumo coincidono;
- produzione, consumo e vendita avvengono spesso nello stesso luogo;
- nei servizi alla persona l'acquirente/cliente prende parte direttamente alla produzione.

Un altro aspetto rilevante dei servizi alla persona riguarda il bassissimo livello di standardizzazione, in quanto, in fase di progettazione e anche di erogazione, non si può prescindere dalle caratteristiche della singola persona, nel rispetto delle sue specificità e della sua cultura. Le professionalità presenti nei vari segmenti dei servizi alla persona, vengono fortemente influenzate dall'organizzazione all'interno della quale si sviluppano e si esplicano. I valori aziendali e la cultura organizzativa vengono espressi e trasferiti nell'erogazione del servizio, fatto per il quale gli operatori sono fortemente collegati alla mission e ai tratti distintivi della struttura di appartenenza, oscillando tra norme da

rispettare e discrezionalità del proprio vissuto professionale.

I servizi alla persona possono essere:

- client oriented, nel senso che il servizio viene progettato ed erogato a partire dalle esigenze del cliente;
- flessibili, poiché richiesta ed erogazione devono essere il più possibile contemporanee;
- problem solving oriented, orientati cioè alla soluzione di un problema personale;
- personality oriented, ovvero caratterizzati da una forte empatia con il cliente.

I MODELLI DI IMPRESA E L'ORGANIZZAZIONE DEI SERVIZI

Le **ludoteche** si integrano sul territorio con gli altri servizi per i minori, svolgendo funzioni a carattere comunicativo, relazionale, educativo, culturale e ricreativo, che si realizzano prevalentemente attraverso il linguaggio del gioco. Esse contribuiscono ad integrare ed estendere, nella loro specifica funzione, l'attività educativa in continuità e coerenza con l'azione della scuola e in nessun caso possono essere considerate sostitutive dei servizi scolastici. La loro gestione può essere privata o pubblica, che a sua volta si distingue in gestione diretta o in convenzione con una struttura privata, quasi sempre cooperativa. Nella ludoteca, gli spazi sono distribuiti in base al tipo di organizzazione e di attività che vi vengono svolte e al tipo di utenza, nonché alla scelta dei materiali. In linea generale una ludoteca tipo di medie dimensioni è costituita da:

- un'area di accoglienza o aree riservate alle diverse età (per i più piccoli e per i più grandicelli);
- un'area "scoperta" per le attività esterne



(giardino, terrazzo, cortile);

- un'area di permanenza dei genitori o un'area per i servizi amministrativi.

L'organizzazione dei **centri fitness** presenta strutture molto differenziate, in base ai diversi fattori che caratterizzano l'offerta: dimensione, luogo in cui si trovano e orientamento al cliente. Si registra inoltre una crescita strutturale di alcuni gruppi medio-grandi, con l'utilizzo della formula del franchising e/o di affitto del proprio marchio a palestre e centri già esistenti, che ne dovranno rispettare gli standard tecnico-qualitativi. Parallelamente, il settore fitness presenta un'evoluzione della domanda molto dinamica, che costringe i manager a puntare sulla continua innovazione del servizio, strettamente collegato anche alla produzione di nuovi macchinari destinati all'esercizio fisico.

Volendo tracciare una possibile evoluzione di questo tipo di servizi, questi sono i fattori che innescano nuove dinamiche nell'organizzazione dei processi di lavoro e che hanno un diretto impatto sulle professionalità presenti nel settore:

- la stagionalità della frequenza nei centri delle iscrizioni;
- il rapporto qualità-prezzo in riferimento alla flessibilità dell'organizzazione, all'efficienza operativa e alla qualità del personale;
- l'elevata efficienza dei servizi di accoglienza e il potenziamento della rete commerciale tesa alla fidelizzazione dei clienti;
- l'ottimizzazione degli spazi per l'organizzazione delle attività di supporto al fitness (ristorazione, shopping ecc.).

Per poter utilizzare questi elementi strategici di competitività, oltre ad un'ottimizzazione delle strutture organizzative con un forte ruolo di regia da parte dei Manager dei centri, si

devono riorganizzare i servizi, partendo dalla gestione delle risorse umane che sono l'elemento di valutazione principale da parte del cliente.

Un particolare segmento delle attività di fitness è rappresentato dai **centri di benessere** (o wellness) collegati ad attività termali o a strutture di tipo turistico-ricettivo, come le beauty farm, che offrono servizi di cura alla persona, finalizzati alla salute complessiva dell'organismo, ma che ricorrono a pratiche alternative alla medicina tradizionale, utilizzando ad esempio l'erboristeria. La domanda di termalismo e beauty farm è oggi in grande espansione. Anche se le professionalità presenti all'interno di questi centri provengono da ambiti professionali molto diversi, spesso queste attività e servizi vengono erogati sotto il controllo medico. All'interno di quest'area occupazionale molto eterogenea abbiamo scelto, per le ludoteche, la figura dell'Operatore dell'infanzia e per i centri fitness e i centri benessere la figura del Manager del centro.



Isfol Orientaonline

Via G.B. Morgani, 33 - 00161 Roma

T 06 44 5901

F 06 44 590306

E orienta.online@isfol.it

W www.isfol.it/orientaonline



Scheda professionale: L'OPERATORE PER L'INFANZIA

L'operatore per l'infanzia assiste e intrattiene i bambini, da soli o con la famiglia, in strutture pubbliche o private. Questa figura professionale opera nel campo dei servizi socio-ricreativi per l'infanzia: baby parking e ludoteche, servizi integrativi al nido e alla scuola materna, asili aziendali, centri gioco, ecc.

L'Operatore per l'infanzia progetta e realizza, anche in collaborazione con altre figure professionali, iniziative finalizzate alla socializzazione, allo sviluppo delle capacità creative e alla promozione di percorsi di autonomia. Gli Operatori che lavorano con i bambini più piccoli si occupano di ogni aspetto: dal vitto al cambio dei pannolini, li seguono nel gioco e intrattengono rapporti con i genitori. Svolgono inoltre attività più specifiche come educazione musicale, narrazione di fiabe, esercizi di danza e movimento. Gli Operatori del dopo-scuola assistono i bambini durante il pranzo, nelle attività ricreative e nello svolgimento dei compiti. Durante le vacanze, quando il servizio si sposta nei centri estivi, accompagnano i bambini e organizzano le attività di animazione. Nelle ludoteche, gli Operatori si occupano principalmente di progettare e gestire attività di gioco e di animazione, sia individuali che di gruppo.

COMPETENZE

Questa figura deve conoscere:

- la normativa legata alla gestione dei servizi per l'infanzia;
- le tecniche di animazione e di attività ludica;
- la progettazione di attività educative;
- le dinamiche di gruppo.

Deve essere inoltre capace di lavorare in équipe, collaborando con le famiglie e deve anche avere nozioni di psicologia dell'età evolutiva nonché di igiene, alimentazione, sicurezza e primo soccorso pediatrico.

FORMAZIONE

Negli ultimi tempi i servizi dedicati all'infanzia hanno rappresentato un bacino occupazionale emergente, anche se le persone che vi lavorano non sono tenute al possesso di titoli specifici. Il panorama infatti è molto vario: si va dai volontari a coloro che hanno frequentato corsi professionali specifici, fino ai laureati in scienze dell'educazione o in psicologia dell'età evolutiva.

Di conseguenza, in assenza di una precisa regolamentazione, si possono delineare diversi percorsi formativi:

- dopo la scuola dell'obbligo e il compimento del 18° anno di età, è possibile frequentare corsi diversamente denominati per Operatore familiare per l'infanzia, Animatore sociale, Animatore di comunità o Animatore di ludoteca e così via;
- in alternativa si può frequentare un liceo con indirizzo socio-psico-pedagogico e successivamente un analogo corso professionalizzante;
- a livello universitario, gli indirizzi di laurea in questo ambito sono rintracciabili presso alcune Facoltà di Scienze della formazione e di Psicologia, pur non essendo indispensabile per questa professione una preparazione di tipo superiore (vedi su <http://off.miur.it>).

CARRIERA

Questa figura può - con una formazione specifica - passare ad altri ruoli come, ad esempio, l'Insegnante di scuola materna.

SITUAZIONE DI LAVORO

Questa figura può:

- operare nei centri ricreativi e aggregativi, come quelli per bambini e famiglie, creati all'interno della scuola o durante il dopo scuola, o nei centri estivi per bambini/e e ragazzi/e o anche negli spazi per bambini, localizzati ad esempio nei centri commerciali o nei grandi aeroporti (baby parking, ludoteche);
- fare animazione di strada;
- gestire attività associative di ragazzi e ragazze e così via.

La maggior parte degli Operatori per l'infanzia sono assunti con contratti di collaborazione ed il loro reddito annuo lordo può variare dai 18.300 ai 21.000 euro, in base all'inquadramento.

TENDENZE OCCUPAZIONALI

Si ritiene che, essendovi ancora una vasta domanda insoddisfatta, vi siano nel settore discrete opportunità di lavoro, anche se legate alle modalità di utilizzo da parte degli enti locali dei fondi destinati a questo tipo di attività, appaltate molto spesso a cooperative sociali.

In questa professione le donne rappresentano la maggioranza

Scheda professionale: IL MANAGER DEI CENTRI BENESSERE E DEI CENTRI FITNESS

Il Manager dei centri benessere e dei centri fitness garantisce, con mansioni sia direttive che operative, la qualità dei servizi di queste strutture.

Si tratta per lo più di una figura inserita in aziende di dimensioni medio grandi, che comprendono al loro interno una varietà di servizi per la cura della persona.

Il Manager dei centri benessere e dei centri fitness ha fra i suoi compiti quelli di:

- progettare attività sempre nuove da offrire ai clienti, in linea con i fabbisogni di cura delle persone e con gli obiettivi economici dell'azienda;
- ottimizzare le relazioni tra le diverse aree operative, coordinando il personale tecnico che lavora a diretto contatto con la clientela e quello che svolge ruoli gestionali ed amministrativi;
- attuare periodicamente un'analisi delle attività per definire gli investimenti destinati al miglioramento dei servizi erogati e alla messa a punto di quelli nuovi;
- occuparsi del mantenimento e dell'incremento della "quota di mercato" della propria impresa, ad esempio cercando sponsor per iniziative promozionali;
- individuare i collaboratori e valutarne l'operato e curare l'applicazione delle norme igienico-sanitarie, nonché garantire la sicurezza sia dei clienti che dei dipendenti.

COMPETENZE

Il Manager dei centri benessere ha prima di tutto familiarità con le discipline sportive e con i principali trattamenti per la cura della persona. Inoltre egli da un lato deve conoscere i metodi di pianificazione aziendale, di determinazione del budget e del controllo di gestione, dall'altro deve essere in grado di curare gli aspetti tecnici della struttura in cui opera (centro fitness, centro termale o beauty farm), nonché lo specifico mercato di riferimento: egli deve infatti avere nozioni di marketing e di organizzazione imprenditoriale. Egli deve avere inoltre spiccate capacità relazionali, saper lavorare in gruppo ed essere in grado di motivare i suoi collaboratori. Deve possedere anche capacità di problem solving e attitudine all'aggiornamento costante. Per questa figura professionale la padronanza della lingua inglese è ormai un requisito indispensabile.

FORMAZIONE

L'iter formativo prevede un percorso universitario, preferibilmente scegliendo corsi di laurea in economia e commercio e/o in gestione aziendale oppure in scienze motorie (vedi su <http://off.miur.it>), purché abbiano come indirizzo quello che riguarda questa figura professionale. In ogni caso è sempre necessario fare un tirocinio formativo in un'impresa del settore, oppure seguire corsi di specializzazione mirati. Il requisito principale rimane tuttavia l'esperienza gestionale sul campo.

CARRIERA

Questa figura può fare carriera passando alla gestione di strutture più complesse, come può essere ad esempio una catena di centri benessere.

SITUAZIONE DI LAVORO

Il Manager dei centri benessere e centri fitness generalmente lavora come dipendente all'interno di grandi palestre, centri termali, beauty farm e così via. Nelle strutture di maggiori dimensioni la sua professione rappresenta un livello di middle management mentre, col diminuire delle dimensioni aziendali, il suo ruolo spesso coincide con quello del titolare. Meno frequente la richiesta della sua professionalità in forma di consulenza esterna.

Come quadro, la sua retribuzione lorda annua di partenza si aggira intorno ai 38.000 euro, che, in base al segmento di mercato e al posizionamento raggiunto, può aumentare se legata agli obiettivi aziendali e alla produttività.

TENDENZE OCCUPAZIONALI

La richiesta di questa figura presenta un trend di crescita costante, sia a causa della maggiore domanda di servizi legati alla cura della persona, sia per l'aumentata competitività delle aziende del settore, che vanno verso un potenziamento dell'organizzazione in termini manageriali. Inoltre, l'incremento della domanda di tali figure è confermata anche dalla crescente presenza di strutture appartenenti a catene e società in franchising, che adottano modelli organizzativi più complessi. Questa professione, richiedendo appunto competenze manageriali ed un elevato livello di responsabilità, vede ancora prevalere la presenza maschile.