

A cura di **Pietro Taronna**,  
*responsabile del Progetto Isfol Orientaonline,*  
**e di Ginevra Benini**,  
*responsabile della collana Minlavoro - Isfol*  
“Alla scoperta delle professioni”

# ISFOL

## Le tue professioni con un click

Isfol - Orientaonline è una banca dati integrata, finalizzata all'orientamento e alla formazione professionale.

I dati, reperibili sul sito [www.isfol.it/orientaonline](http://www.isfol.it/orientaonline), forniscono informazioni dettagliate sulle professioni e sui percorsi formativi connessi. Ogni professione è presentata sotto forma di scheda, ogni scheda è indicizzata per Area Occupazionale oppure per Area di Interesse. L'accesso ad Isfol - Orientaonline è assolutamente gratuito e consente di visionare tutto il materiale contenuto nella banca dati e di “scaricare” sul proprio PC sia gli studi delle Aree Occupazionali sia le schede delle figure professionali tipo selezionate, in due versioni, senza alcun limite: una per gli operatori della formazione e dell'orientamento, cosiddetta “professional”, e una per chi deve ancora compiere le proprie scelte di lavoro e carriera, cosiddetta “young”. Presentiamo due delle Aree Occupazionali più interessanti per sviluppo e potenzialità di impiego, quella del Turismo e quella dei Servizi alla Persona, ambedue rintracciabili a breve sul nostro sito e pubblicate nelle collane Isfol “Manuali per gli orientatori” (versione “professional”) e “Alla scoperta delle professioni” (versione “young”).

Per qualsiasi informazione contatta:

**orienta.online@isfol.it**

Per collegarsi al sito:

**[www.isfol.it/orientaonline](http://www.isfol.it/orientaonline)**

## L'AREA TURISMO OSPITALITÀ E TEMPO LIBERO

L'Onu, l'Organizzazione delle Nazioni Unite, definisce turista “colui che trascorre almeno una notte e non più di un anno nel luogo visitato. Chi conclude il suo viaggio nell'arco della giornata è classificato come escursionista.”

Il turismo si potrebbe classificare anche come l'insieme dei comportamenti e dei bisogni degli individui, nel momento in cui essi si spostano, per un periodo di tempo limitato, dal luogo di residenza abituale. In questo senso è da considerare turismo anche il viaggio di lavoro per incontrare un cliente o per partecipare ad un congresso. Si parla, in questi casi, di turismo di affari, fenomeno di non poco conto, se si considera che i viaggi di lavoro generano solo l'11% dei pernottamenti, ma una quota doppia della spesa rispetto al turista tradizionale: la spesa media giornaliera per i viaggiatori di affari è infatti di circa 134 euro, contro i 67 delle persone che viaggiano per motivi personali

Sotto il profilo della classificazione economica, il turismo è un fenomeno complesso che va considerato non solo rispetto al bene o al servizio consumato, ma anche rispetto alla situazione e alla finalità per cui lo si consuma. Il sistema economico del turismo può essere rappresentato da tre fattori rilevanti:



- la scelta della località e della stagione: tanto più sono turistiche, quanto più ampio sarà il coinvolgimento nel sistema turismo anche di servizi prevalentemente rivolti in altri contesti alla popolazione residente;
- la destinazione tipica del bene o del servizio, che può essere più o meno consumato dai turisti piuttosto che dai residenti;
- il consumo del bene o del servizio da parte del turista, che può essere diretto o indiretto.

Accanto ad una domanda di consumo diretta, rivolta ad alberghi, agenzie di viaggi, tour operator e ristoranti, il turismo genera infatti una consistente domanda indotta, rappresentata ad esempio, dai cantieri che producono navi da crociera o dalla stessa filiera agro-alimentare. Il turismo è quindi un'attività di consumo che può essere, a seconda dei casi, finale o intermedio. Definito come tale, esso rappresenta una massa di domanda ben difficilmente aggregabile in un'unica categoria settoriale, in quanto investita da un insieme così vasto di beni e servizi, che sono caratteristici dell'area solo in parte. Il turista infatti, accanto ad esigenze specifiche come l'organizzazione del viaggio, ha consumi comuni al residente come ad esempio i servizi telefonici, il trasporto locale, la ristorazione, l'intrattenimento, le visite culturali e così via. La spesa dedicata al turismo, in Italia, incide in media del 13% sul bilancio di ogni famiglia e, per alcune categorie di persone, fare vacanze rappresenta la principale voce di spesa annuale. Il fattore "prezzo" è l'elemento critico: da un lato si ricerca il "tutto compreso", in cui il turista sa fin dall'inizio quanto andrà a spendere, dall'altro si inizia a far ricorso al "fai da te", tramite acquisti su Internet o facendo prenotazioni last minute, per ottenere sconti ed agevolazioni effettuati per garantire la completa occupazione dei posti.

## L'ANALISI DEI PROCESSI DI LAVORO

Il sistema del turismo non corrisponde ad una singola categoria di prodotti o di servizi, come avviene in altri settori, ma ne comprende una pluralità, a seconda del contesto in cui essi vengono acquistati o consumati. Il "pacchetto turistico", ad esempio, è il frutto dell'assemblaggio di un insieme di prodotti e servizi, ma non rappresenta né l'unico né il più importante prodotto dell'industria turistica, in quanto la maggior parte dei turisti acquista direttamente ogni singola componente del proprio viaggio. Occorre quindi mettere al centro dell'analisi non solo i diversi prodotti, ma anche il consumatore, cioè il turista con i suoi bisogni, le sue motivazioni, i suoi comportamenti di acquisto. Il rapporto tra il turista ed il sistema di offerta turistica non si esaurisce nella durata del viaggio, ma nasce nel momento in cui il tour operator o l'ente di promozione formulano una proposta, un'offerta turistica, più o meno articolata. Questo prodotto turistico verrà presentato e descritto non solo dagli enti di promozione e dai tour operator, ma anche con il lavoro degli editori turistici, con riviste specializzate e guide o tramite le agenzie di viaggi, che hanno l'importante funzione di informare ed indirizzare il consumatore. Soltanto nella fase della decisione, il turista appare come soggetto attivo ed assume un ruolo centrale: sceglie la meta, il periodo e la durata, il mezzo di trasporto, il tetto di spesa, la sistemazione per i pernottamenti e si accinge a diventare turista. Nella fase di consumo, il turista si confronta con l'offerta locale ed innesca rapporti commerciali che riguardano il godimento di tale esperienza come mangiare, divertirsi, visitare luoghi di interesse storico, artistico o naturale. Infine il turista ritorna nel luogo di residenza.



## LE IMPRESE-CHIAVE DEL TURISMO

Le imprese capofila del settore sono:

- i tour operator che hanno il compito di ideare i viaggi organizzati o i pacchetti, sollevando il turista dalla necessità di pianificare, cercare, scegliere e pagare ogni singolo prodotto e servizio. Il tour operator è l'impresa che progetta e realizza questi pacchetti, con un occhio alle esigenze ed alle preferenze dei potenziali turisti e l'altro agli sconti considerevoli che possono offrire, grazie al consistente volume di affari che riescono a garantire. Essi non hanno un rapporto diretto con il consumatore finale, poiché la vendita al pubblico dei pacchetti è delegata alle agenzie di viaggi;
- le agenzie di viaggi, che sono il punto di riferimento per il turista sul territorio, sia per l'acquisto di prodotti sia a livello informativo. Esistono agenzie specializzate in outgoing, che hanno il compito di predisporre servizi e dare supporto al turista in partenza; analogamente, si parla di incoming per le agenzie che curano le attività legate all'accoglienza, intesa in senso ampio, cioè che si occupano dei servizi per il turista in arrivo. L'agenzia è normalmente anche un punto vendita di titoli di viaggio (biglietti aerei, ferroviari, di traghetti e così via), di prenotazioni alberghiere e di prodotti più complessi come i pacchetti turistici o i tour giornalieri;
- le imprese della ricettività (alberghi ed esercizi complementari), che rappresentano il fulcro dell'attività turistica, sia dal punto di vista economico che occupazionale. La quantità e la qualità dei servizi offerti dipendono dal livello e dalle caratteristiche dell'impresa. Un albergo di medie dimensioni offre generalmente almeno servizi e funzioni di ricevimento e di

alloggio, cui si aggiunge quasi sempre il servizio bar e ristorante, oltre ad eventuali servizi a pagamento, non inclusi nel prezzo. Gli esercizi ricettivi possono essere aperti tutto l'anno o avere un carattere stagionale, come ad esempio gli alberghi al mare. La loro gestione risulta complessa a fronte di un'offerta rigida, determinata dal numero delle stanze, che non possono essere aumentate anche in presenza di una domanda elevata;

- le imprese della ristorazione, che sono molto utilizzate anche dai residenti e non solo dai turisti. Oltre alle attività legate alle cucine ed al servizio in sala, esse devono anche garantire il continuo approvvigionamento di alimenti e bevande. Una corretta ed attenta gestione della dispensa e della cantina rappresenta infatti un fattore decisivo per il successo del locale e per l'efficienza economica dell'esercizio.

Presentiamo di seguito due delle figure più interessanti e con maggiori opportunità di crescita professionale di questo settore.



### Isfol Orientaonline

Via G.B. Morgani, 33 - 00161 Roma

T 06 44 5901

F 06 44 590306

E [orienta.online@isfol.it](mailto:orienta.online@isfol.it)

W [www.isfol.it/orientaonline](http://www.isfol.it/orientaonline)

[www.isfol.it/orientaonline](http://www.isfol.it/orientaonline)



## Scheda professionale: IL PROGRAMMATORE TURISTICO

Il Programmatore turistico è colui che, per conto di agenzie e tour operator, svolge il lavoro di ideazione, realizzazione e collaudo di nuovi prodotti turistici, ossia di "pacchetti di viaggio".

Il Programmatore generalmente lavora per tour operator o per grandi agenzie di viaggi. Si specializza in determinate aree geografiche o nella realizzazione di specifiche tipologie di prodotto.

Per poter progettare un viaggio egli deve essere in grado di:

- conoscere l'andamento del mercato e della concorrenza;
- definire i costi di investimento per l'impresa;
- ricercare le soluzioni tecniche più opportune per la costruzione del prodotto;
- cercare di interpretare le esigenze dei clienti.

Una volta effettuate le scelte di massima dell'area geografica e dell'itinerario, il Programmatore ha il delicato compito di relazionarsi con il corrispondente del luogo, ossia con colui che gli fornirà tutte le informazioni necessarie, su cui basare la costruzione del viaggio. Dopo aver calcolato i singoli costi, formulate varie ipotesi, contattato i fornitori ed effettuato almeno un sopralluogo sul campo, viene prodotto il pacchetto definitivo.

### COMPETENZE

Per svolgere questa professione è indispensabile avere:

- una buona padronanza di almeno due lingue straniere;
- un'ottima conoscenza della geografia turistica;
- una spiccata capacità organizzativa, di pianificazione e di negoziazione;
- spirito d'avventura e passione per i viaggi.

Il Programmatore turistico deve essere in grado di calcolare le tariffe ed i costi delle singole componenti del viaggio e deve saper valutare il rapporto qualità/prezzo, per scegliere le soluzioni più idonee ad ogni tipo di viaggio: sono richieste quindi buone competenze nel settore amministrativo, della contabilità e della gestione delle imprese turistiche. Il Programmatore deve inoltre conoscere molto bene l'andamento del mercato, le offerte della concorrenza, il marketing turistico e le tecniche pubblicitarie.

### FORMAZIONE

Per accedere a questa professione è necessario un diploma di scuola media superiore, come quello di Perito turistico, rilasciato dagli istituti tecnici per il turismo o quello di Tecnico dei servizi turistici, rilasciato dagli istituti professionali. Oltre al diploma sarà comunque necessario frequentare appositi corsi di specializzazione e maturare un'adeguata esperienza sul campo. L'alto livello culturale richiesto facilita l'inserimento di coloro che abbiano conseguito una laurea in Economia e gestione dei servizi turistici, proposta dalle Facoltà di Economia di numerose università italiane (vedi su <http://off.miur.it>).

### CARRIERA

La carriera del Programmatore turistico inizia dopo diversi anni di gavetta presso un'agenzia o un tour operator lavorando, per esempio, come Operatore di agenzia. Maturata una buona esperienza nel ruolo, le ulteriori possibilità di crescita sono rappresentate dal mettersi in proprio, lavorando come consulente per le agenzie di viaggi o i tour operator, specializzandosi in un determinato settore oppure diventando Direttore tecnico d'agenzia.

### SITUAZIONE DI LAVORO

Il Programmatore turistico può lavorare all'interno di tour operator o presso le grandi agenzie di viaggi, che realizzano in proprio pacchetti turistici. La sua attività lo porta ad avere frequenti contatti all'esterno o a svolgere numerosi sopralluoghi sulle mete proposte. Se il Programmatore è inserito nell'organigramma di un grande tour operator, la sua retribuzione può variare tra i 25.000 ed i 40.000 euro lordi annui, a cui vanno aggiunte diverse indennità. Se invece è inquadrato in un'agenzia di medie dimensioni, percepirà una retribuzione di circa 20.000 euro lordi annui ed oltre all'attività di Programmatore svolgerà anche attività di front office.

### TENDENZE OCCUPAZIONALI

La figura del Programmatore turistico, anche se non è presente in tutte le agenzie di viaggi, ma solo in quelle di medie e grandi dimensioni, è sempre prevista nell'organigramma dei tour operator, che nel nostro Paese sono oltre 200. In un contesto, come quello attuale, questa è una figura destinata ad espandersi ed a trovare nuovi spazi di crescita.

## Scheda professionale: IL PROMOTER TURISTICO

Il Promoter turistico è colui che si occupa, per conto dei tour operator, della vendita alle agenzie di viaggio dettaglianti dei prodotti turistici, in particolare dei pacchetti di viaggio preconfezionati. Il Promoter svolge attività di informazione e di promozione dell'immagine e dei prodotti dell'azienda che rappresenta. Il suo compito principale consiste nel recarsi presso i potenziali acquirenti (le agenzie dettaglianti), per illustrare e proporre i pacchetti di viaggio, le tariffe, i nuovi prodotti, gli sconti, le campagne promozionali e così via. È in pratica la figura di collegamento fra tour operator e agenzie di viaggi: il suo compito è stimolare il più possibile l'acquisto dei prodotti turistici. Il Promoter svolge anche un'importante funzione informativa nei confronti dell'azienda per cui lavora. Nel suo contatto continuo con le agenzie dettaglianti, infatti, verifica le modalità di presentazione più efficaci o semplicemente i pacchetti di viaggio più richiesti, comunicandoli poi ai responsabili del settore marketing.

### COMPETENZE

Il Promoter turistico deve avere un'accurata conoscenza tecnica dei prodotti e dei servizi proposti per poterli presentare adeguatamente. Egli deve saper interpretare le esigenze dei clienti e conoscere i punti di forza e di debolezza delle proprie offerte. Di conseguenza deve avere approfondite conoscenze di marketing turistico, di merchandising e di tecniche di promozione delle vendite. Essendo una professione legata alla vendita, è indispensabile possedere una discreta capacità dialettica, bella presenza, temperamento spiccato, intraprendenza e carisma. Il Promoter deve dunque possedere ottime competenze relazionali, anche per stabilire e saper mantenere buoni rapporti con le agenzie clienti.

### FORMAZIONE

Per un Promoter può essere un buon punto di partenza conseguire il diploma di Perito turistico, rilasciato dagli istituti tecnici per il turismo, o il diploma di Tecnico dei servizi turistici rilasciato dagli istituti professionali per il turismo. Successivamente, occorre inviare un curriculum ai tour operator. Se si viene contattati, è necessario sostenere prove e colloqui per la valutazione delle proprie capacità, competenze e motivazioni personali. Le persone selezionate dovranno quindi partecipare a dei corsi di formazione al termine dei quali, se ritenuti idonei, si diventa Promoter.

### CARRIERA

Dopo aver acquisito sufficienti esperienze professionali ed aver maturato una certa anzianità di servizio, è possibile un avanzamento di carriera all'interno della propria azienda, diventando capo area, oppure passando ad esercitare in aziende di dimensioni maggiori. In alternativa è possibile, rimanendo nell'area del marketing e delle vendite, cambiare settore di attività.

### SITUAZIONE DI LAVORO

Il Promoter svolge un lavoro molto dinamico che viene esercitato, sia recandosi periodicamente presso le varie sedi delle agenzie clienti, sia rimanendo nel proprio ufficio e avviando contatti per la ricerca di nuova clientela. Saltuariamente partecipa anche a fiere, esposizioni e corsi di formazione per il necessario aggiornamento. Un Promoter turistico di provata esperienza è normalmente inquadrato al terzo livello, con una retribuzione minima di inizio carriera di circa 17/19 mila euro lordi annui, a cui vanno aggiunti gli incentivi economici in rapporto alle vendite effettuate. Se presta la sua attività come lavoratore autonomo, invece, i compensi saranno rigorosamente proporzionali alle vendite.

### TENDENZE OCCUPAZIONALI

Attualmente coesistono tendenze di segno opposto che caratterizzano le prospettive occupazionali dei Promoter turistici. Da un lato l'ampliamento dell'operatività delle reti di agenzia porterà ad aumentare il numero di agenzie "autonome", dotate di un articolato portafoglio di propri prodotti. Nel contempo, però, queste stesse agenzie dovranno anche essere in grado di commercializzare tutta la gamma di servizi offerti sul mercato ed in questo senso la figura del Promoter è sicuramente di primo piano, anche se l'accresciuta concorrenza del turismo on-line può portare ad una progressiva riduzione degli spazi per questo ruolo. La professione di Promoter turistico registra una discreta prevalenza maschile.

## Scheda professionale: L'OPERATORE CONGRESSUALE

L'Operatore congressuale è il professionista che organizza una manifestazione congressuale chiavi in mano. Si deve infatti occupare di tutta l'attività di ideazione ed organizzazione di congressi, convegni o simposi, dal primo approccio con il committente alla realizzazione effettiva dell'evento.

La prima fase del lavoro riguarda l'ideazione e la progettazione generale di un "pacchetto congresso" formulato in accordo con il committente.

Si tratta di definire:

- le linee-guida di ciò che si vuole veder realizzato;
- i contenuti da veicolare;
- l'immagine che si vuol far scaturire dall'evento. Come? L'Operatore congressuale espone al committente una serie di proposte alternative e, dopo le necessarie verifiche, viene definito un programma di massima e formulato un budget preventivo. Una volta fatta la scelta del progetto e concordato l'aspetto finanziario:
- si contattano gli sponsor, gli ospiti ed i relatori della manifestazione;
- si promuove il convegno e si predispongono i servizi per la stampa;
- si scelgono ed organizzano i servizi di accoglienza, stipulando apposite convenzioni con alberghi, bar e ristoranti e pianificando i servizi di trasporto. Insieme alla realizzazione dell'evento, che necessita di un'accurata regia, l'Operatore congressuale dovrà anche:
- organizzare pranzi, cene o momenti turistico-culturali da effettuare nelle pause del congresso o al termine dello stesso;
- chiudere i rapporti con i fornitori;
- predisporre il bilancio finale;
- coordinare l'attività di stesura, l'eventuale traduzione, la pubblicazione ed l'invio degli atti congressuali.

### COMPETENZE

L'Operatore congressuale deve:

- avere buone competenze in ambito amministrativo, contabile e nel settore turistico;
- saper utilizzare le tecnologie audiovisive, per individuare le più idonee in ogni circostanza;
- conoscere le tecniche di pubbliche relazioni e di comunicazione;
- saper gestire i rapporti interpersonali ed il lavoro dei propri collaboratori;
- possedere un'ottima conoscenza scritta e parlata delle lingue straniere (in particolare l'inglese);
- saper usare il computer, Internet e la posta elettronica;
- possedere uno spirito imprenditoriale, capacità organizzativa e decisionale;
- avere attitudine a risolvere i problemi e ad impartire e far rispettare le direttive;
- disporre di flessibilità ed autocontrollo. Nel caso si lavori per una società specializzata (per esempio nel settore medico-farmaceutico) è auspicabile una conoscenza più approfondita nel campo specifico.

### FORMAZIONE

E' una professione particolarmente adatta a coloro che possiedono, ad esempio una laurea in Economia e gestione dei servizi turistici oppure in Economia e tecnica del turismo o in Scienze turistiche. Tuttavia non esistendo titoli di studio specifici richiesti, sarà sufficiente anche un diploma di scuola secondaria superiore, come ad esempio quello di Tecnico dei servizi turistici, che prevede un settore di specializzazione proprio nell'ambito dei servizi congressuali. E' in ogni caso consigliata la frequenza di appositi corsi di formazione, così come è opportuno svolgere periodi di tirocinio presso società di servizi congressuali.

### CARRIERA

Essendo difficile avviare la propria attività professionale direttamente come Operatore congressuale, è frequente iniziare la propria carriera nella segreteria di uno staff o comunque svolgendo ruoli intermedi in questo settore. Solo dopo aver acquisito una certa esperienza sul campo, sarà possibile svolgere incarichi di livello sempre più elevato ed eventualmente - disponendo di adeguate possibilità economiche, di strutture e di risorse umane - esercitare l'attività in forma autonoma.

### SITUAZIONE DI LAVORO

E' una professione molto dinamica in quanto solo alcune fasi di lavoro si svolgono presso il proprio ufficio, mentre altre prevedono contatti con l'esterno e frequenti spostamenti. L'Organizzatore di congressi può operare, come dipendente o socio, all'interno di una società che organizza eventi, oppure può essere un libero professionista. Il compenso economico dell'Operatore congressuale è stabilito di volta in volta ed è legato alla complessità del servizio erogato. Se l'Operatore congressuale è dipendente, può essere inquadrato come dirigente.

### TENDENZE OCCUPAZIONALI

Il settore del turismo congressuale è ancora relativamente nuovo ed in forte espansione, anche se il mercato italiano si sta orientando con attività di dimensioni e durata ridotti rispetto a ciò che accade all'estero. Le prospettive occupazionali dell'Operatore congressuale sono tuttavia molto positive, soprattutto per chi intenda specializzarsi in un particolare settore. Significativo è il numero di donne che svolge questa professione.