

## TECNICO PER LO SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE

 **SETTORE 23. [Servizi turistici](#)**

**REPERTORIO - Abruzzo**

### AdA associate alla Qualificazione

ADA.23.03.01 (ex ADA.19.19.42) - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali

#### Tabelle di equivalenza AdA

Programmatore turistico	Liguria
Tecnico del marketing turistico e della promozione del territorio	Liguria
ESPERTO DI SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE	Lombardia
Tecnico del marketing turistico	Marche
Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio	Puglia
Responsabile della gestione, promozione e valorizzazione delle destinazioni turistiche - Destination Manager	Toscana

#### Tabelle delle Qualificazioni dell'ADA

#### Qualificazioni che coprono tutti i RA dell'ADA

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO PER LO SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE	Abruzzo	4	X	X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico esperto per lo sviluppo turistico territoriale	Basilicata	4	X	X	X	X
Tecnico della progettazione turistica locale	Campania	4	X	X	X	X
STRATEGIE PER PROMUOVERE E COMMERCIALIZZARE UN PRODOTTO TURISTICO	Friuli Venezia Giulia	4	X	X	X	X
Tecnico per la valorizzazione dei prodotti territoriali e delle produzioni tipiche	Liguria	4	X	X	X	X
Programmatore turistico	Liguria	4	X	X	X	X
Tecnico del marketing turistico e della promozione del territorio	Liguria	4	X	X	X	X
ESPERTO DI SVILUPPO TURISTICO TERRITORIALE	Lombardia	4	X	X	X	X
Tecnico del marketing turistico	Marche	4	X	X	X	X
Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio	Puglia	4	X	X	X	X
ESPERTO IN DESTINATION MANAGEMENT	Veneto	4	X	X	X	X
Qualificazioni che coprono uno o più RA dell'ADA						

<b>Qualificazione</b>	<b>Repertorio</b>	<b>RA coperti</b>	<b>RA1</b>	<b>RA2</b>	<b>RA3</b>	<b>RA4</b>
Tecnico esperto nella progettazione di itinerari turistici esperienziali e sostenibili	Basilicata	3	X		X	X
Tecnico di marketing turistico	Basilicata	2	X		X	
Tecnico della progettazione turistica locale	Basilicata	3	X	X	X	
Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio	Calabria	3		X	X	X
Tecnico esperto nella progettazione di itinerari turistici esperienziali e sostenibili	Calabria	1	X			
PREDISPOSIZIONE DELL'OFFERTA DI UN PACCHETTO TURISTICO IN PAESI EXTRA-EU	Friuli Venezia Giulia	1			X	
ADDETTO AI SERVIZI DI PROMOZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA	Friuli Venezia Giulia	1			X	
Tecnico del marketing turistico	Lazio	2	X	X		
Tecnico per la progettazione e la promozione di itinerari turistico-enogastronomici	Sardegna	2	X			X
Responsabile della gestione, promozione e valorizzazione delle destinazioni turistiche - Destination Manager	Toscana	3		X	X	X

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO SPECIALIZZATO IN TURISMO ENOGASTRONOMICO	Veneto	1	X			
Qualificazioni che coprono una o più attività dell'ADA						
Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
Tecnico della progettazione di prodotti turistico esperienziali	Sardegna	0				
Tecnico del digital marketing turistico	Sardegna	0				
Tecnico della valorizzazione di aree naturali protette e altri siti di pregio ambientale	Sardegna	0				
IFTS - Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio	Sicilia	0				
Tecnico superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali	Sicilia	0				
TECNICO DI COMUNICAZIONE TERRITORIALE	Veneto	0				

Competenze

**Titolo:** Analizzare il territorio in termini di domanda e offerta turistica

**Obiettivo:** Analizzare la domanda e l'offerta reale e potenziale di un territorio applicando tecniche di analisi del mercato ed individuando le risorse strategiche per il suo posizionamento come destinazione turistica

Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.23.03.01 (ex ADA.19.19.42) - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali associate:

Risultato atteso:RA1: Analizzare la domanda potenziale di servizi turistici, applicando tecniche di analisi di mercato e individuando le principali risorse geografiche, storiche, culturali, artistiche, socio-economiche e logistiche del territorio

Analisi della domanda potenziale rispetto alle caratteristiche del territorio di riferimento

Individuazione delle principali risorse potenziali del territorio, culturali, naturali ed enogastronomiche da valorizzare

Risultato atteso:RA2: Elaborare il piano/progetto integrato di sviluppo turistico del territorio, stabilendo contatti e relazioni utili per la promozione dell'offerta, individuando strumenti e canali di diffusione efficaci

Definizione dei piani di comunicazione e promozione dell'offerta turistica attraverso vari canali, media, mercati, ecc.

Elaborazione delle strategie generali di promozione

Individuazione con soggetti pubblici e/o privati delle potenziali sinergie di settore e dell'immagine turistica del territorio

Progettazione di piani integrati di qualificazione e/o riqualificazione dell'offerta turistica e dei relativi servizi

## CONOSCENZE

Principi, tecniche e strumenti di marketing delle imprese turistiche e culturali

Principi di Marketing territoriale

Geografia del turismo

Elementi di sociologia

Tecniche di analisi e di ricerca di mercato

Elementi di storia, arte e cultura del territorio

Caratteristiche dell'offerta turistica locale

Tradizioni eno gastronomiche del territorio

Norme per la tutela e certificazione di qualità dei prodotti tipici

Principali riferimenti legislativi e normativi in materia di turismo regionale e nazionale

Tipologie e modelli di turismo

Le politiche e le strategie turistiche

Modelli di previsione e analisi dei flussi turistici

Il mercato del turismo e le sue tendenze

Il comportamento d'acquisto e di consumo del turista

Lingua inglese

Seconda lingua straniera

### ABILITÀ/CAPACITÀ

Applicare tecniche di rilevazione e di analisi dell'offerta turistica esistente in termini di efficacia, efficienza, accessibilità, infrastrutture e servizi di supporto

Individuare la vocazione turistica del territorio identificando i punti di forza e di debolezza del territorio attraverso attività di studio e di mercato

Raccogliere informazioni sugli aspetti peculiari del territorio di riferimento esaminando le risorse naturalistiche, architettoniche, artistiche, culturali ed enogastronomiche

Applicare tecniche di analisi del mercato turistico e dei segmenti di riferimento anche attraverso indagini della concorrenza e benchmarking

Cogliere tendenze applicando strumenti per l'analisi e la previsione della domanda turistica in relazione alle risorse esistenti e potenziali del territorio

Individuare le sinergie attivabili tra i soggetti pubblici e privati in termini di servizi/prodotti, competenze e risorse attivabili

Prevedere i comportamenti di acquisto e consumo del turista abituale e potenziale, individuando bisogni e desideri emergenti o insoddisfatti

Analizzare, secondo modelli previsionali, i flussi turistici nazionali ed internazionali legati alle dinamiche territoriali

Intercettare i vincoli e le opportunità della legislazione esistente in ambito turistico relativamente al territorio di interesse

Comprendere ed utilizzare la lingua Inglese ed una seconda lingua straniera per interagire nell'ambito lavorativo di appartenenza

**Titolo: Elaborare un progetto integrato di sviluppo turistico del territorio**

**Obiettivo: Elaborare progetti integrati di sviluppo turistico del territorio individuando servizi, attività e strutture da inserire nell'offerta, promuovendo una cultura dell'accoglienza e dell'ospitalità orientata alla qualità, all'innovazione e alla sostenibilità ed attivando relazioni sinergiche sul territorio**

## Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.23.03.01 (ex ADA.19.19.42) - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali associate:

Risultato atteso:RA2: Elaborare il piano/progetto integrato di sviluppo turistico del territorio, stabilendo contatti e relazioni utili per la promozione dell'offerta, individuando strumenti e canali di diffusione efficaci

Definizione dei piani di comunicazione e promozione dell'offerta turistica attraverso vari canali, media, mercati, ecc.

Elaborazione delle strategie generali di promozione

Individuazione con soggetti pubblici e/o privati delle potenziali sinergie di settore e dell'immagine turistica del territorio

Progettazione di piani integrati di qualificazione e/o riqualificazione dell'offerta turistica e dei relativi servizi

Risultato atteso:RA3: Collocare l'offerta turistica, organizzando iniziative ed itinerari turistici, interagendo e collaborando con le strutture ricettive del territorio e le compagnie di trasporti

Collocazione dell'offerta turistica nei circuiti organizzati

Organizzazione di iniziative ed itinerari turistici per la fruizione di beni/prodotti del territorio

Risultato atteso:RA4: Monitorare l'andamento di mercato dei prodotti/servizi realizzati, analizzando e valutando l'offerta turistica progettata e promossa

Monitoraggio e analisi valutativa dell'offerta turistica progettata e dei servizi erogati

## CONOSCENZE

Il mercato turistico e i suoi segmenti

Strategie e tecniche di segmentazione

Principi e tecniche di marketing turistico

Principi e tecniche di web marketing turistico

Tecniche di progettazione e implementazione di piani e programmi di lavoro

Strategie e tecniche di revenue management

Economia e gestione delle imprese turistiche

Tecniche di pianificazione e programmazione turistica

Principi e tecniche di organizzazione aziendale

Strategie e tecniche di valorizzazione dei prodotti tipici

Innovazione e modelli di business nel turismo

Relationship Marketing

Tecniche di negoziazione efficace

I principi di turismo sostenibile e responsabile

Tecniche di comunicazione relazionale

Principi e tecniche di valutazione e monitoraggio

Lingua inglese

Seconda lingua straniera

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Definire un piano integrato di valorizzazione e sviluppo del territorio

individuando iniziative ed itinerari strategici per la fruizione del territorio

Elaborare linee guida per l'attivazione di nuovi servizi turistici coerenti ai punti di forza e debolezza del territorio e alle richieste delle domanda

Individuare i principi e le linee guida di un "Sistema di Qualità" dei servizi turistici definendo standard ed indicatori di servizio e le relative modalità di monitoraggio e valutazione anche in termini di customer satisfaction

Applicare la normativa di riferimento sulla gestione delle qualità aziendale, sulla privacy, sulla salute e sulla sicurezza nella filiera turistica

Individuare una politica di pricing adeguata tenendo conto dell'andamento della domanda, della qualità dell'offerta, della varietà dei servizi e delle infrastrutture offerte, della concorrenza, dei costi sostenuti per l'attività di promozione del territorio

Collaborare alla creazione dell'immagine turistica del territorio attraverso la definizione di una corporate identity ed image del territorio coerente ed integrata in grado di tradurre le unicità del territorio in un'immagine forte, riconoscibile e positiva

Creare sinergie tra i soggetti pubblici e privati nella costruzione di pacchetti ed offerte turistiche individuando modalità ed occasioni di collaborazione

Individuare modalità di sviluppo per incentivare una cultura imprenditoriale orientata alla qualità del servizio e all'innovazione

Individuare strategie per lo sviluppo della cultura turistica e dell'accoglienza del territorio in relazione a tutti gli attori coinvolti

Elaborare report di monitoraggio e valutazione dell'offerta turistica verificando in relazione agli standard ed agli indicatori definiti la qualità ed il gradimento di attività, servizi, prodotti, risorse logistiche e infrastrutturali

Comprendere ed utilizzare la lingua inglese ed una seconda lingua straniera per interagire nell'ambito lavorativo di appartenenza

**Titolo:** Promuovere e posizionare il territorio come destinazione turistica

**Obiettivo:** Collocare il territorio come destinazione turistica verso i target selezionati individuando mezzi, canali e veicoli ritenuti più idonei al raggiungimento degli obiettivi prefissati ed in relazione al budget disponibile, capitalizzando le sinergie tra gli attori pubblici e privati



## Attività associate alla Competenza

Attività dell' AdA ADA.23.03.01 (ex ADA.19.19.42) - Progettazione, programmazione e organizzazione di offerte turistiche territoriali associate:

Risultato atteso:RA2: Elaborare il piano/progetto integrato di sviluppo turistico del territorio, stabilendo contatti e relazioni utili per la promozione dell'offerta, individuando strumenti e canali di diffusione efficaci

Definizione dei piani di comunicazione e promozione dell'offerta turistica attraverso vari canali, media, mercati, ecc.

Elaborazione delle strategie generali di promozione

Individuazione con soggetti pubblici e/o privati delle potenziali sinergie di settore e dell'immagine turistica del territorio

Progettazione di piani integrati di qualificazione e/o riqualificazione dell'offerta turistica e dei relativi servizi

Risultato atteso:RA3: Collocare l'offerta turistica, organizzando iniziative ed itinerari turistici, interagendo e collaborando con le strutture ricettive del territorio e le compagnie di trasporti

Collocazione dell'offerta turistica nei circuiti organizzati

Organizzazione di iniziative ed itinerari turistici per la fruizione di beni/prodotti del territorio

Risultato atteso:RA4: Monitorare l'andamento di mercato dei prodotti/servizi realizzati, analizzando e valutando l'offerta turistica progettata e promossa

Monitoraggio e analisi valutativa dell'offerta turistica progettata e dei servizi erogati

## CONOSCENZE

Principi e tecniche di redazione di un piano di comunicazione

Elementi di comunicazione d'impresa e comunicazione pubblica

Teorie e tecniche della comunicazione pubblicitaria

Tecnologie per la comunicazione e mainstreaming

Tecniche di budget setting

Tecniche di media planning e media buying

Sistema dei media e tecniche di campaigning

Strategie e tecniche promozionali

Management degli eventi

Principi e tecniche di organizzazione itinerari turistici

Web marketing applicato, multimedia e social network

Tecniche di Media relation

Tecniche di Pubbliche Relazioni

Tecniche di posizionamento del prodotto turistico

Il prodotto turistico e i canali di distribuzione

Principi e tecniche di media reputation

Tecniche di valutazione e monitoraggio delle attività di comunicazione

Lingua inglese

Seconda lingua straniera

## ABILITÀ/CAPACITÀ

Elaborare e coordinare un piano di comunicazione integrata dell'offerta turistica individuando obiettivi, azioni, target, mezzi e contenuti

Pianificare le campagne pubblicitarie sui mezzi di comunicazione, selezionando i canali ritenuti strategici per la promozione del territorio e la penetrazione nel mercato

Animare reti con gli stakeholder del settore turistico del territorio ed individuare strategie per la promozione e l'aumento delle relazioni commerciali

Applicare tecniche di media planning selezionando i mezzi e i veicoli più idonei al raggiungimento degli obiettivi di comunicazione, tenuto conto della strategia media formulata, del budget pubblicitario stanziato, del target selezionato

Elaborare e realizzare un piano mezzi sia off line che on line, stimando la soglia ottimale di investimento e una prima allocazione delle risorse fra i principali mezzi di comunicazione (budget setting) in grado di generare la maggior pressione pubblicitaria possibile con il budget disponibile, massimizzando la reach e la frequency nelle attività pianificate

Curare la negoziazione e l'acquisto degli spazi pubblicitari, relazionandosi con le concessionarie

Utilizzare le piattaforme digitali per proporre servizi turistici e migliorare la visibilità dell'azienda turistica o del territorio e per la gestione dei servizi di ospitalità e accommodation

Individuare le azioni di comunicazione digitale ed i prodotti cartacei più efficaci alla promozione dell'immagine del territorio in relazione agli obiettivi della strategia di comunicazione

Utilizzare strumenti di comunicazione multimediale nel web per sostenere la "brand Reputation" ottimizzando la gestione delle relazioni e della presenza on line con riferimento specifico ai social network

Collaborare con i partner istituzionali per lo sviluppo di un turismo integrato e sostenibile

Individuare e organizzare eventi ed itinerari tematici di interesse turistico attivando collaborazioni con gli operatori che erogano servizi di trasporto e ricettivi e prevedendo tutti i servizi collaterali e/o dedicati necessari

Individuare i vantaggi competitivi della offerta turistica in relazione a servizi, prodotti, strutture, canali di distribuzione, personale, immagine e tariffe

Trasmettere ai consumatori i benefici unici ed i punti di differenziazione dell'offerta turistica rispetto alla concorrenza

Collocare l'offerta turistica nei circuiti organizzati e informali ricorrendo a strategie multicanale ed integrate

Applicare tecniche di valutazione dell'efficacia delle campagne promozionali in

termini di copertura, frequenza, pressione e numero di contatti  
Elaborare report sull'andamento delle azioni di marketing e comunicazione rilevandone l'efficacia in termini di notorietà e gradimento ed individuando eventuali azioni correttive o migliorative  
Comprendere ed utilizzare la lingua Inglese ed una seconda lingua straniera per interagire nell'ambito lavorativo di appartenenza

#### Codici ISTAT CP2021 associati

Codice	Titolo
3.4.1.1.0	Tecnici delle attività ricettive e professioni assimilate

#### Codici ISTAT ATECO associati

Codice Ateco	Titolo Ateco
79.90.19	Altri servizi di prenotazione e altre attività di assistenza turistica non svolte dalle agenzie di viaggio nca
79.90.11	Servizi di biglietteria per eventi teatrali, sportivi ed altri eventi ricreativi e d'intrattenimento

