ESPERTO IN DESTINATION MANAGEMENT

SETTORE 23. Servizi turistici

REPERTORIO - Veneto

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

STRATEGIE PER LA PROMUOVERE E COMMERCIALIZZARE UN PRODOTTO TURISTICO	Friuli Venezia Giulia
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
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 LA PROMUOVERE E COMMERCIALIZZARE UN PRODOTTO TURISTICO	Friuli Venezia Giulia	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
Tecnico per la valorizzazione dei prodotti territoriali e delle produzioni tipiche	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

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
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 esperto nella progettazione di itinerari turistici esperienziali e sostenibili	Calabria	1	X			
Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio	Calabria	3		X	X	X
ADDETTO AI SERVIZI TURISTICI	Friuli Venezia Giulia	1			X	
ADDETTO ALLA PROMOZIONE E ACCOGLIENZA TURISTICA	Friuli Venezia Giulia	1			X	
TECNICO DEI SERVIZI DI PROMOZIONE E ACCOGLIENZA	Friuli Venezia Giulia	1			X	
ADDETTO ALL'ACCOGLIENZA IN STRUTTURE RICETTIVE E CENTRI BENESSERE	Friuli Venezia Giulia	1			X	
Tecnico del marketing turistico	Lazio	2	X	X		

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
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
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 del digital marketing turistico	Sardegna	0				
Tecnico della valorizzazione di aree naturali protette e altri siti di pregio ambientale	Sardegna	0				
Tecnico della progettazione di prodotti turistico esperienziali	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				

Qualificazione	Repertorio	RA coperti	RA1	RA2	RA3	RA4
TECNICO DI COMUNICAZIONE TERRITORIALE	Veneto	0				

Competenze

Titolo: REALIZZARE ANALISI DEL MERCATO DI RIFERIMENTO

Obiettivo: Analisi di mercato relativa alla destinazione comprensiva di indicazioni per la collocazione ottimale di prodotti e servizi e di linee strategiche di evoluzione.

Attività associate alla Competenza

Attivitá 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

CONOSCENZE

– Modelli e approcci di destination management e destination marketing: concetto di destinazione, destinazioni di tipo community – Caratteristiche dei mercati del turismo e delle loro tendenze – Tecniche di analisi di mercato e di benchmarking – Politiche, strategie turistiche e principali riferimenti normative – Modelli e tecniche di stesura di report di analisi – Modelli e strumenti di marketing strategico: posizionamento prodotto, analisi per matrici, metodi di segmentazione, portafoglio prodotti – Elementi di statistica avanzata – Caratteristiche e funzionalità dei principali software funzionali all'elaborazione

di dati
– Modelli e approcci di destination management e destination marketing: concetto di destinazione, destinazioni di tipo community – Caratteristiche dei mercati del turismo e delle loro tendenze – Tecniche di analisi di mercato e di benchmarking – Politiche, strategie turistiche e principali riferimenti normative – Modelli e tecniche di stesura di report di analisi – Modelli e strumenti di marketing strategico: posizionamento prodotto, analisi per matrici, metodi di segmentazione, portafoglio prodotti – Elementi di statistica avanzata – Caratteristiche e funzionalità dei principali software funzionali all'elaborazione di dati

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Analizzare la situazione economico produttiva della destinazione – Identificare le caratteristiche dell'offerta turistica della destinazione mediante ricerche documentarie, visite dei luoghi, analisi delle risorse delle strutture e indagini di mercato – Individuare le tendenze dei mercati del turismo, le caratteristiche del mercato della concorrenza, comprese le scelte distributive, le caratteristiche del mercato potenziale – Identificare target di riferimento, punti di forza, debolezza, opportunità e rischi della destinazione – Realizzare benchmarking con realtà simili a quelle del territorio in analisi – Elaborare ipotesi di collocazione e di sviluppo sul mercato dei prodotti e servizi relativi alla destinazione – Valutare i vincoli e le opportunità della legislazione esistente in ambito turistico
– Analizzare la situazione economico produttiva della destinazione – Identificare le caratteristiche dell'offerta turistica della destinazione mediante ricerche documentarie, visite dei luoghi, analisi delle risorse delle strutture e indagini di mercato – Individuare le tendenze dei mercati del turismo, le caratteristiche del mercato della concorrenza, comprese le scelte distributive, le caratteristiche del mercato potenziale – Identificare target di riferimento, punti di forza, debolezza, opportunità e rischi della destinazione – Realizzare benchmarking con realtà simili a quelle del territorio in analisi – Elaborare ipotesi di collocazione e di sviluppo sul mercato dei prodotti e servizi relativi alla destinazione – Valutare i vincoli e le opportunità della legislazione esistente in ambito turistico

Titolo: ELABORARE UN PIANO DI DESTINAZIONE

Obiettivo: Piano di destinazione predisposto in coerenza con le risorse disponibili e mediante l'attivazione di processi di concertazione con tutti gli attori di riferimento.

Attività associate alla Competenza

Attivitá 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

CONOSCENZE

– Vision e mission della destinazione – Tecniche di budgeting per la quantificazione degli investimenti – Sistemi e strumenti di monitoraggio e valutazione – Modelli e tecniche di elaborazione di piani di comunicazione e promozione in ambito turistico – Strategie, modelli e strumenti di marketing operativo – Teorie, strategie e modelli di marketing (marketing mix, bisogni e domanda, posizionamento strategico, vantaggio competitivo, targeting, …) – Modelli e tecniche di networking e di attivazione di processi partecipativi – Brand pubblici e privati e fonti di finanziamento
– Vision e mission della destinazione – Tecniche di budgeting per la quantificazione degli investimenti – Sistemi e strumenti di monitoraggio e valutazione – Modelli e tecniche di elaborazione di piani di comunicazione e promozione in ambito turistico – Strategie, modelli e strumenti di marketing operativo – Teorie, strategie e modelli di marketing (marketing mix, bisogni e domanda, posizionamento strategico, vantaggio competitivo, targeting, …) – Modelli e tecniche di networking e di attivazione di processi partecipativi – Brand pubblici e privati e fonti di finanziamento

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Interpretare bisogni e domanda turistica e tradurli in progetti di sviluppo – Definire piani, processi e tecnologie per la realizzazione di nuovi prodotti/servizi turistici o per il miglioramento di quelli esistenti – Attivare processi di concertazione finalizzati alla definizione di strategie, azioni e mezzi di promozione e comunicazione differenziati in relazione al target dei destinatari di riferimento e potenziali individuato – Identificare attività promozionali e pubblicitarie specifiche (comunicati stampa, depliants, cataloghi, manifesti, articoli, ecc.) secondo il tipo di prodotto/servizio individuato – Identificare gli stakeholders da coinvolgere per l'individuazione di vision e mission della destinazione – Predisporre i contatti con strutture ricettive e turistiche del territorio – Individuare gli elementi costituitivi del piano, compresi piano di comunicazione, piano finanziario e di investimenti ed impianto di monitoraggio e valutazione
– Interpretare bisogni e domanda turistica e tradurli in progetti di sviluppo – Definire piani, processi e tecnologie per la realizzazione di nuovi prodotti/servizi turistici o per il miglioramento di quelli esistenti – Attivare processi di concertazione finalizzati alla definizione di strategie, azioni e mezzi di promozione e comunicazione differenziati in relazione al target dei destinatari di riferimento e potenziali individuato – Identificare attività promozionali e pubblicitarie specifiche (comunicati stampa, depliants, cataloghi, manifesti, articoli, ecc.) secondo il tipo di prodotto/servizio individuato – Identificare gli stakeholders da coinvolgere per l'individuazione di vision e mission della destinazione – Predisporre i contatti con strutture ricettive e turistiche del territorio – Individuare gli elementi costituitivi del piano, compresi piano di comunicazione, piano finanziario e di investimenti ed impianto di monitoraggio e valutazione

Titolo: IMPLEMENTARE IL PIANO DI DESTINAZIONE

Obiettivo: Piano di destinazione implementato definendo programmi operativi, gestendo risorse e relazioni ed attuando le opportune ritarature in corso d'opera.

Attività associate alla Competenza

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

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

CONOSCENZE

– Modelli e tecniche di programmazione operativa delle attività – Elementi di project management – Modelli e tecniche di gestione del gruppo di lavoro – Elementi di networking – Modelli e tecniche di problem solving
– Modelli e tecniche di programmazione operativa delle attività – Elementi di project management – Modelli e tecniche di gestione del gruppo di lavoro – Elementi di networking – Modelli e tecniche di problem solving

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Elaborare un programma operativo di lavoro per l'implementazione del piano di destinazione – Gestire la relazione con i diversi interlocutori e stakeholders, istituzionali e non, coinvolti – Attivare e gestire relazioni collaborative con organizzazioni che gestiscono altri piani di destinazione – Attivare eventuali riprogrammazioni in funzione dei dati provenienti dall'impianto di monitoraggio – Gestire eventuali criticità nel processo di implementazione, sviluppando idonee soluzioni – Coordinare il gruppo di lavoro coinvolto nell'implementazione del piano
– Elaborare un programma operativo di lavoro per l'implementazione del piano di destinazione – Gestire la relazione con i diversi interlocutori e stakeholders, istituzionali e non, coinvolti – Attivare e gestire relazioni collaborative con organizzazioni che gestiscono altri piani di destinazione – Attivare eventuali riprogrammazioni in funzione dei dati provenienti dall'impianto di monitoraggio – Gestire eventuali criticità nel processo di implementazione, sviluppando idonee soluzioni – Coordinare il gruppo di lavoro coinvolto nell'implementazione del piano

Titolo: MONITORARE E VALUTARE L'IMPLEMENTAZIONE DEL PIANO DI DESTINAZIONE

Obiettivo: Piano monitorato nei suoi stati di avanzamento e valutato nei suoi risultati.

Attività associate alla Competenza

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

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

– Procedure di statistica per l'elaborazione di report di monitoraggio e valutazione – Elementi di contabilità di base per la valutazione economica dell'iniziativa – Tecniche di customer satisfaction – Metodi di valutazione dei risultati raggiunti dall'intervento nel suo complesso. – Procedure di monitoraggio e valutazione – Caratteristiche e funzionalità degli strumenti informatici per la gestione automatizzata dei dati
– Procedure di statistica per l'elaborazione di report di monitoraggio e valutazione – Elementi di contabilità di base per la valutazione economica dell'iniziativa – Tecniche di customer satisfaction – Metodi di valutazione dei risultati raggiunti dall'intervento nel suo complesso. – Procedure di monitoraggio e valutazione – Caratteristiche e funzionalità degli strumenti informatici per la gestione automatizzata dei dati

ABILITÀ/CAPACITÀ

– Raccogliere dati ed informazioni sia quanti che qualitative utilizzando diverse fonti informative – Realizzare un'analisi degli indicatori provenienti dall'impianto di monitoraggio e valutazione – Realizzare un'analisi dei costi e dei ricavi – Interpretare l'andamento delle attività, analizzandone punti di forza e di debolezza ed eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi previsti – Individuare nuovi risultati attesi – Elaborare e formalizzare dati significativi nell'ambito di report intermedi e finali – Presentare e comunicare valutazioni e risultati ai diversi soggetti interessati – Gestire la relazione con gli stakeholders e gli operatori coinvolgendoli nell'analisi e valutazione
– Raccogliere dati ed informazioni sia quanti che qualitative utilizzando diverse fonti informative – Realizzare un'analisi degli indicatori provenienti dall'impianto di monitoraggio e valutazione – Realizzare un'analisi dei costi e dei ricavi – Interpretare l'andamento delle attività, analizzandone punti di forza e di debolezza ed eventuali scostamenti rispetto agli obiettivi previsti – Individuare nuovi risultati attesi – Elaborare e formalizzare dati significativi nell'ambito di report intermedi e finali – Presentare e comunicare valutazioni e risultati ai diversi soggetti interessati – Gestire la relazione con gli stakeholders e gli

operatori coinvolgendoli nell'analisi e valutazione

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

Istituto Nazionale per l'Analisi delle Politiche Pubbliche - Corso d'Italia, 33 - 00198 Roma - C.F. 80111170587

Copyright 2025 INAPP | All Rights Reserved