

## TECNICO DI COMUNICAZIONE TERRITORIALE

 **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

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 valorizzazione di aree naturali protette e altri siti di pregio ambientale	Sardegna	0				
Tecnico della progettazione di prodotti turistico esperienziali	Sardegna	0				
Tecnico del digital marketing turistico	Sardegna	0				
Tecnico superiore per la promozione e il marketing delle filiere turistiche e delle attività culturali	Sicilia	0				
IFTS - Tecniche per la promozione di prodotti e servizi turistici con attenzione alle risorse, opportunità ed eventi del territorio	Sicilia	0				
TECNICO DI COMUNICAZIONE TERRITORIALE	Veneto	0				

Competenze

## Titolo: CURARE LA PRODUZIONE DI MATERIALE DI INFORMAZIONE E PROMOZIONE TURISTICA

Obiettivo: Materiali informativo e promozionale redatto correttamente nei contenuti e nella forma audiovisiva.

Attività associate alla Competenza

### CONOSCENZE

– Strategie del brand e di commercializzazione dei prodotti/servizi – Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.) – Elementi di grafica pubblicitaria – Strumenti e tecniche di comunicazione multimediale – Caratterizzazione delle tipologie di utenza turistica e dei materiali di informazione e promozione idonei. – Tecniche di analisi e di confronto soluzioni grafiche e materiali

– Strategie del brand e di commercializzazione dei prodotti/servizi – Strumenti e tecniche di costruzione ed utilizzo di veicoli comunicativi (cartacei, audio, video, telematici, ecc.) – Elementi di grafica pubblicitaria – Strumenti e tecniche di comunicazione multimediale – Caratterizzazione delle tipologie di utenza turistica e dei materiali di informazione e promozione idonei. – Tecniche di analisi e di confronto soluzioni grafiche e materiali

### ABILITÀ/CAPACITÀ

– Individuare la forma di comunicazione più efficace in relazione alla tipologia di utenza – Confrontare bozze e preventivi di realizzazione dei materiali – Utilizzare tecniche di costruzione di un testo nel rispetto dei principi di sintesi e chiarezza espositiva – Gestire la relazione con i fornitori – Verificare gli standard qualitativi dei materiali

– Individuare la forma di comunicazione più efficace in relazione alla tipologia di utenza – Confrontare bozze e preventivi di realizzazione dei materiali – Utilizzare tecniche di costruzione di un testo nel rispetto dei principi di sintesi e chiarezza espositiva – Gestire la relazione con i fornitori – Verificare gli standard qualitativi dei materiali

## Titolo: ELABORARE UN PIANO DI COMUNICAZIONE TURISTICA

**Obiettivo: Piano di comunicazione definito e redatto nelle sue componenti essenziali.**

#### 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

- Normativa di riferimento relativa alla comunicazione (diritto d'autore, pubblicità ingannevole, proprietà industriale, ...) - Elementi di progettazione dei piani di comunicazione - Strategie e tecniche di comunicazione integrata nel turismo - Caratteristiche di: canali di vendita, target di clientela e progetti di comunicazione turistica - Principali tecniche di programmazione turistica - Elementi fondamentali della dinamica di gestione delle operazioni commerciali - Fondamenti di tecniche di budgeting
- Normativa di riferimento relativa alla comunicazione (diritto d'autore, pubblicità ingannevole, proprietà industriale, ...) - Elementi di progettazione dei piani di comunicazione - Strategie e tecniche di comunicazione integrata nel turismo - Caratteristiche di: canali di vendita, target di clientela e progetti di comunicazione turistica - Principali tecniche di programmazione turistica - Elementi fondamentali della dinamica di gestione delle operazioni commerciali -

## Fondamenti di tecniche di budgeting

### ABILITÀ/CAPACITÀ

- Definire gli elementi costitutivi del piano di comunicazione (obiettivi, metodologie, strumenti, destinatari, tempi e costi) - Individuare criteri di efficacia ed efficienza per la valutazione del piano di comunicazione - Individuare i canali comunicativi più appropriati per raggiungere il target dei destinatari individuato - Individuare strutture, tecnologie, reti di soggetti da coinvolgere in funzione della strategia comunicativa - Utilizzare gli strumenti di strategia comunicativa più adeguati a veicolare i contenuti rispetto al target definito - Valutare tempi e risorse economiche necessarie all'implementazione del piano
- Definire gli elementi costitutivi del piano di comunicazione (obiettivi, metodologie, strumenti, destinatari, tempi e costi) - Individuare criteri di efficacia ed efficienza per la valutazione del piano di comunicazione - Individuare i canali comunicativi più appropriati per raggiungere il target dei destinatari individuato - Individuare strutture, tecnologie, reti di soggetti da coinvolgere in funzione della strategia comunicativa - Utilizzare gli strumenti di strategia comunicativa più adeguati a veicolare i contenuti rispetto al target definito - Valutare tempi e risorse economiche necessarie all'implementazione del piano

### Titolo: IMPLEMENTARE UN PIANO DI COMUNICAZIONE TURISTICA

**Obiettivo:** Piano di comunicazione correttamente implementato e valutato

#### 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

## CONOSCENZE

- Standard e metodologie di controllo della qualità nella comunicazione - Web e reti di comunicazione virtuali - Elementi di project management - Tecniche di gestione del gruppo di lavoro. - Elementi di networking
- Standard e metodologie di controllo della qualità nella comunicazione - Web e reti di comunicazione virtuali - Elementi di project management - Tecniche di gestione del gruppo di lavoro. - Elementi di networking

## ABILITÀ/CAPACITÀ

- Elaborare un programma operativo di lavoro per l'implementazione del piano di comunicazione - Gestire la relazione con i diversi fornitori e riferimenti (enti, istituzioni, ecc.) coinvolti - Monitorare lo stato di avanzamento delle attività riferite all'implementazione del piano di comunicazione - Gestire eventuali criticità nel processo di implementazione, sviluppando idonee soluzioni - Applicare tecniche di valutazione delle dimensioni di prodotto e di processo del piano di comunicazione - Coordinare il gruppo di lavoro coinvolto nell'implementazione del piano
- Elaborare un programma operativo di lavoro per l'implementazione del piano di comunicazione - Gestire la relazione con i diversi fornitori e riferimenti (enti, istituzioni, ecc.) coinvolti - Monitorare lo stato di avanzamento delle attività riferite all'implementazione del piano di comunicazione - Gestire eventuali criticità nel processo di implementazione, sviluppando idonee soluzioni - Applicare tecniche di valutazione delle dimensioni di prodotto e di processo del piano di comunicazione - Coordinare il gruppo di lavoro coinvolto nell'implementazione del piano

**Titolo: RILEVARE LE ESIGENZE DI COMUNICAZIONE/IMMAGINE DEL PRODOTTO TURISTICO**

**Obiettivo: Fabbisogni comunicativi del prodotto turistico individuati**



## 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

- Metodologie e tecniche di ascolto - Metodologie di ricerca di mercato - Norme e regolamenti concernenti l'esercizio dell'attività turistica ed adempimenti ad essi connessi - Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi dei bisogni - Modelli e tecniche di marketing turistico e territoriale - Fondamenti di tecniche di clusterizzazione del target di utenza
- Metodologie e tecniche di ascolto - Metodologie di ricerca di mercato - Norme e regolamenti concernenti l'esercizio dell'attività turistica ed adempimenti ad essi connessi - Tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi dei bisogni - Modelli e tecniche di marketing turistico e territoriale - Fondamenti di tecniche di clusterizzazione del target di utenza

## ABILITÀ/CAPACITÀ

- Rilevare input funzionali all'identificazione degli obiettivi che si intendono perseguire attraverso l'azione di comunicazione (cluster di utenza, finalità,

bisogni/aspettative...) – Interpretare il fabbisogno comunicativo in funzione delle caratteristiche del contesto di riferimento – Adottare strumenti e tecniche di ricerca e rilevazione delle informazioni da selezionare – Gestire la relazione con gli stakeholders del territorio coinvolgendoli nell'analisi dell'esigenza comunicativa – Selezionare gli strumenti di strategia comunicativa più adeguati a veicolare i contenuti individuati e circoscritti

– Rilevare input funzionali all'identificazione degli obiettivi che si intendono perseguire attraverso l'azione di comunicazione (cluster di utenza, finalità, bisogni/aspettative...) – Interpretare il fabbisogno comunicativo in funzione delle caratteristiche del contesto di riferimento – Adottare strumenti e tecniche di ricerca e rilevazione delle informazioni da selezionare – Gestire la relazione con gli stakeholders del territorio coinvolgendoli nell'analisi dell'esigenza comunicativa – Selezionare gli strumenti di strategia comunicativa più adeguati a veicolare i contenuti individuati e circoscritti

#### 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 2026 INAPP | All Rights Reserved