

## VIII LA FORMAZIONE PROFESSIONALE

### 1. Premessa

La formazione delle figure professionali che operano in campo agenziale ha un suo primo livello negli istituti tecnici del turismo, con possibilità di completamento a livello universitario con i corsi di laurea triennali, il successivo biennio di specializzazione e, quindi, per potere chiudere con un master.

Sull'assetto del sistema formativo del comparto della intermediazione turistica incide sicuramente la composizione del settore, fatto di tante imprese piccole e micro diffuse sul territorio, con un ridotto numero di dipendenti.

In molte località, in tanti piccoli comuni, le agenzie di viaggi e turismo vedono la presenza di due sole persone.

Quello agenziale, è tuttavia, un mondo molto dinamico per il quale, di fatto, sono state attivate linee formative parallele rispetto a quelle istituzionali.

Vi sono, inoltre, molti corsi professionali, prevalentemente organizzati a livello regionale, orientati allo web marketing ed alle gestioni telematizzate dei pacchetti di offerta turistica e, più ingenerale, all'e-commerce.

### 2. La formazione universitaria

#### 2.1 Il "sistema" universitario

A livello universitario il turismo inizia a farsi strada nella prima metà degli anni settanta, quando vengono arrivati i due *Corsi di perfezionamento in economia del turismo* (Milano presso l'Università Bocconi; e Firenze presso la Facoltà di Economia e Commercio).

È opportuno anche ricordare che i primi corsi di perfezionamento degli anni sessanta erano molto frequentati, non per una motivazione turistica, ma semplicemente perché la loro frequenza ed il loro compimento consentiva di potere avere un punteggio da inserire in quello per potere concorrere all'insegnamento nelle scuole medie superiori, qualsiasi fosse la materia insegnata.

A questi corsi, nel 1984 si è aggiunto Il CST (Centro Italiano di Studi Superiori

sul Turismo) di Assisi dell'Università di Perugia, e sul finire degli anni ottanta il Ciset (Centro Internazionale di Studi sull'Economia Turistica) dell'Università di Venezia.

Nel frattempo vi sono state varie esperienze di corsi e master aperti e chiusi nel breve volgere di pochi anni.

Durante gli anni ottanta e novanta, sono stati aboliti i Corsi di Perfezionamento e si è passati prima alle scuole di specializzazione biennali e poi alle lauree brevi triennali in *Economia e gestione dei servizi turistici* e a quelle, di provenienza più legata al mondo umanistico-letterario, di *Scienze turistiche o del turismo*. Altri corsi hanno assunto denominazioni più mirate al livello territoriale, fino a destinazioni specifiche come ad esempio alcune relative ai sistemi turistici locali<sup>1</sup>.

In realtà, ove erano presenti, i corsi di perfezionamento si sono trasformati nelle scuole di specializzazione.

A partire dall'anno 2001/02, per adeguare l'offerta formativa universitaria a quella degli altri paesi europei, sono stati previsti più livelli di studi:

- il primo, triennale che porta al conseguimento di una "laurea di primo livello";
- il secondo, biennale aggiuntivo, per un totale di cinque anni di percorso, con il conseguimento della "laurea di secondo livello" (magistrale o specialistica)<sup>2</sup>.

Non sempre, in concreto, la differenza fra i due livelli è percepibile.

Più precisamente la riforma universitaria ha individuato 42 classi di laurea di primo livello e 104 di secondo livello. A partire dal 2008 le classi hanno subito modifiche passando a 43 le triennali e 94 le magistrali.

Entro l'anno accademico 2010-2011 le classi di laurea specifiche per il settore turistico, la classe 39 (Scienze del turismo) per il primo livello e, per il secondo livello, la classe 55/S (Progettazione e gestione dei sistemi turistici), assumono rispettivamente la nuova denominazione di L - 15 Classe delle lauree in scienze del turismo; LM - 49 Classe delle lauree magistrali in Progettazione e gestione dei sistemi turistici.

I corsi di laurea sono abbastanza diffusi sul territorio nazionale: 54 sono triennali di primo livello e 35 di secondo livello, di specializzazione. Vi sono poi i Master post laurea. Questi ultimi sono, a loro volta, suddivisi in Master di primo livello (22 in tutta l'Italia) e Master universitari di secondo livello (2).

---

<sup>1</sup> I dati per questa analisi sono tratti prevalentemente dall'ONT (Osservatorio Nazionale del Turismo), ed integrati con i siti dei vari corsi. Sono aggiornati al 2009.

<sup>2</sup> A tal proposito si ricorda che la Laurea magistrale prevede un unico ciclo di cinque anni di studi, mentre per laurea specialistica si intendono i due anni fatti dopo i tre anni previsti per il conseguimento della laurea breve. La differenza è più formale che sostanziale anche perché la riforma usa solo la denominazione di laurea magistrale.

I master possono essere considerati, almeno teoricamente, lo stadio più avanzato della formazione manageriale.

A prescindere dalla classificazione accademica dei vari corsi, per quanto riguarda la filiera organizzativa, 36 (40,5%) corsi provengono dalle facoltà di Economia (34) e Economia aziendale (2), 15 (16,9%) dalle facoltà di Lettere e filosofia (14) e di lettere (1); 15 da Lingue e letterature straniere; 5 da Scienze delle formazione, 4 da Scienze politiche, 3 da Scienza della Comunicazione, 3 da Giurisprudenza, 2 da Sociologia, 2 da Lingua e cultura italiana. Altre proposte di corso di laurea provengono dalla Università di Scienze Gastronomiche e da Scienze umanistiche.

Vi sono anche due casi di collaborazione fra Facoltà di economia e facoltà di Scienze umane e sociali (Università del Molise, con interessante corso di *Archeologia, beni culturali e turismo*) e fra Facoltà di Economia e quella di Lettere e filosofia (Seconda Università degli Studi di Napoli).

I corsi offerti dalle facoltà di Economia sono quelli più orientati ad una vision imprenditoriale: prevalentemente sono percorsi in *Economia del turismo* o in *Economia e Gestione dei Servizi Turistici*; alcuni riguardano anche la *Programmazione e gestione dei Sistemi turistici*, altri il *territorio, l'ambiente ed il turismo sostenibile*.

Vi sono anche corsi di management del turismo mirati alle imprese turistiche.

Alcuni corsi, pur promossi dalle facoltà di Economia, sono più orientati in senso umanistico come quelli di Scienze del turismo.

In realtà, al di là delle diverse denominazioni, i corsi risultano abbastanza simili fra loro, con oggetto un po' di tutto, senza una specializzazione mirata.

In particolare è quasi del tutto ignorata la costruzione di figure che possano interessare la filiera delle agenzie di viaggio e dei tour operator.

È una carenza particolarmente grave perché manca un orientamento al mercato, a prova di quella separazione fra attività delle istituzioni e delle imprese, che più volte abbiamo indicato come una delle principali difficoltà del turismo nazionale.

Molti corsi hanno seguito le tendenze del momento, rispondendo anche ad esigenze utili come ad esempio quelle della sostenibilità, dell'attività congressuale e dello webmarketing, ma è stata del tutto sottostimata, la filiera agenziale e del tour operating.

Orientamenti specifici per questa figura non sono stati previsti neppure all'interno dei Piani di studio.

I nomi dei corsi nel corso attivati sono stati i più vari, ma nessuno orientato allo specifico comparto agenziale: Management del turismo, operatore culturale del turismo, Operatore del turismo culturale, Economia del turismo, Economia e gestione (management) dei servizi turistici (delle imprese turistiche), Scienze

turistiche, Scienze del turismo e comunità locale, Attività turistiche e valorizzazione culturale del territorio, Lingue e culture straniere per l'impresa e per il turismo, Esperto linguistico per il management del turismo, Mediazione linguistica per le imprese e il turismo, Scienze e tecniche per l'ambiente e il turismo, Economia del turismo e delle risorse, Economia del turismo e dell'ambiente, Economia dell'ambiente e del turismo sostenibile, Geografia umana e organizzazione del territorio, Scienze umane dell'ambiente, del territorio e del paesaggio, Promozione e gestione del turismo, Scienze del turismo alpino, Scienze e tecniche psicologiche applicate al turismo, sport e tempo libero<sup>3</sup>.

Da questo punto di vista si può affermare che le Università fanno un passo indietro rispetto alle Medie Superiori, in particolare rispetto agli Istituti Tecnici del Turismo; pensano esclusivamente ai territori ed alle società locali e poco ad un formazione mirata e tecnologicamente avanzata.

Il divario fra le esigenze del mercato appare evidente perché non vengono definite figure spendibili sul mercato del lavoro; in parallelo le regole di reclutamento del personale considerano il livello e la qualità della formazione universitaria subordinata ad altre esigenze.

L'analisi dei corsi realizzati presso le Università evidenzia una forte e talvolta eccessiva articolazione e disomogeneità dal punto di vista dell'afferenza (molti corsi di laurea in turismo fanno riferimento ad altre classi di laurea, con insegnamenti e docenti con competenze diverse dal turismo), dei focus tematici e delle facoltà di appartenenza<sup>4</sup>.

Ovviamente questa situazione trova un riscontro nell'assetto della domanda, che rileva una forte dispersione in diverse tipologie di classi e corsi di laurea, che favorisce la creazione di profili professionali molto differenziati e poco specializzati nel *core business* del turismo.

Ne consegue che le figure manageriali del comparto della intermediazione turistica si formano direttamente sul campo, come effetto della selezione operata dal mercato.

Se questa è la situazione che si è verificata finora, recentemente qualcuno sembra avere capito il problema e si è inserito in questo vuoto.

Naturalmente ci sono le dovute eccezioni come prova il Master in Tourism Management che si svolge presso la IULM (Libera Facoltà di Lingue e Comunicazione) di Milano progettato con gli operatori. Il progetto si rinnova di

---

<sup>3</sup> Salvatore Perri, *Repertorio dei percorsi formativi universitari per il settore del turismo*. Paper, Roma, Federalberghi e CST, 2003.

<sup>4</sup> Vedi in proposito quanto scritto da Manuela Di Carlo, *Rapporto sullo stato della formazione universitaria per il turismo in Italia*, Novembre 2009. Paper predisposto come base di lavoro per il "Comitato per al riqualificazione dei corsi in turismo" del Dipartimento per lo sviluppo e la competitività de Turismo.

anno in anno al fine di garantire una stretta coerenza tra le competenze e i profili in uscita e le esigenze delle aziende del settore come testimoniano i risultati del *placement*: il 97% dei diplomati lavora nel turismo e i 2/3 ricevono una proposta di lavoro dall'azienda in cui hanno svolto lo stage proposto dal Master.

Presso la stessa IULM è stato attivato per l'Anno Accademico 2009-2010, la prima, ed al momento unica Facoltà per il turismo esistente nel Bel Paese, con un Corso di *Laurea in Turismo, culture e territorio*, con materie caratterizzanti come *Patrimoni storico-artistici e paesaggi culturali*, *Economia delle aziende turistiche*, *Sociologia dei processi culturali e comunicativi*, *Destination Management e turismo congressuale*, *Culture del turismo*, *Marketing del turismo*<sup>5</sup>.

Molte sono, all'interno di questa Laurea, le figure (indicate in grassetto nel prospetto seguente) mirate a svolgere funzioni essenziali: che interessano gli agenti di viaggio e i tour operator:

<p><i>Responsabile marketing e commerciale in tour operator;</i> <i>Responsabile marketing e commerciale in network di agenzie di viaggio;</i> <i>Agente di viaggio;</i> <i>Esperto di marketing turistico;</i> <i>Programmatore turistico;</i> <i>Responsabile servizi prenotazione;</i> <i>Tecnico di agenzia viaggio;</i></p>
--

*Tecnico di ufficio turistico;*  
*Ufficio stampa di organizzazioni/fondazioni culturali e non profit;*  
*Funzionario dell'accoglienza;*  
*Web designer per il turismo e la cultura, Specialista/organizzatore di edutainment;*  
*Esperto di turismo e mediazione culturale.*

Presso al IULM oltre alla Laurea triennale (Classe L - 15) sono previsti un Corso di laurea magistrale in promozione e management della cultura e del turismo, nonché un Master, universitario di I livello in Tourism Management, già attivo da qualche anno.

## **2.2 *La consapevolezza della necessita di un nuovo atteggiamento***

Caratteristica comune della gran parte dei corsi visti, nonostante la realizzazione di stages, è la forte genericità, la netta prevalenza di un approccio esclusivamente teorico, la scarsa aderenza alle esigenze formative delle

---

<sup>5</sup> Erano già presenti presso la IULM una Facoltà di Interpretariato, traduzioni, studi linguistici e culturali, una Facoltà di Comunicazione, relazioni pubbliche e pubblicità ed una Facoltà di Arti, mercati e patrimonio della cultura.

imprese e il prevalente orientamento, quando c'è, alla formazione di funzionari e dirigenti per le istituzioni pubbliche.

Le modifiche avvenute nel corso degli anni ottanta hanno:

- favorito una moltiplicazione quantitativa e qualitativa dell'offerta spesso secondo logiche interne di sviluppo degli atenei più che di risposta alle attese del mercato del lavoro;
- introdotto una differenziazione dei livelli formativi (lauree e lauree magistrali), prima non esistente, senza comunicare con chiarezza le differenze di posizionamento dei due tipi di profili professionali in uscita;
- reso più difficile, da parte delle imprese e delle istituzioni del settore, cogliere le differenze tra corsi di laurea in termini di obiettivi formativi e figure professionali in uscita<sup>6</sup>.

Infine è da notare che la i corsi sono concentrati nelle regioni del Mezzogiorno, segnatamente in Sicilia e Campania, forse anche per carenza di iniziative.

La necessità del cambiamento è avvertita anche dalle Istituzioni che hanno effettuato continue modifiche nell'assetto universitario alla ricerca di un difficile canovaccio.

Il DM del 26 luglio 2007 Emanazione delle linee guida per l'istituzione e l'attuazione dei corsi di studio di lauree e lauree magistrali, di fatto ha determinato, tra il 2008 e il 2010, la riprogettazione di tutti i corsi i corsi di laurea di primo e di secondo livello.

Si vuole migliorare l'efficacia, la qualità e la coerenza dei corsi di studio, nell'ottica di una sempre maggiore convergenza entro il quadro europeo (previsto dal Processo di Bologna); correggere e ribaltare alcune tendenze negative registrate nella prima applicazione della riforma dell'autonomia didattica; favorire una effettiva mobilità degli studenti.

La tendenza è verso una riduzione complessiva dell'offerta di corsi di studio, soprattutto laddove essa non sia sostenuta da una adeguata domanda: Osservando i dati relativi all'offerta formativa in turismo post-riforma, dopo una prima proliferazione, si registra nel complesso una contrazione dei corsi di laurea triennale del - 32% dal 2001 al 2009, mentre; i corsi di laurea magistrale sono aumentati in modo significativo e costantemente fino al 2008 (34 corsi), per diluire a 30 nel 2009.

Si cerca anche di favorisce l'introduzione di forme organizzative più compatte, con la sperimentazione di metodi didattici più avanzati e più interattivi; prevedendo il riconoscimento delle conoscenze, delle competenze e abilità professionali o di esperienze di formazione pregressa.

---

<sup>6</sup> Cfr. Manuela Di Carlo, *idem*.

Da anni si parla della necessità di realizzare una Scuola di eccellenza, molto integrato con il mondo operativo, in grado di soddisfare tutte le esigenze della formazione degli operatori della ricettività, dai quadri ai manager: l'attivazione dell'Università del turismo presso la IULM può rappresentare il primo passo in questa direzione.

### **2.3 La formazione post laurea i master**

E' la formazione post laurea è rivolta a chi è già in possesso di un titolo universitario ed è finalizzata a fornire un'alta professionalizzazione sia relativa ad aree relative al titolo di studio conseguito, sia ad aree complementari. Si prevedono corsi della durata variabile, da 800 a 1200 ore.

I corsi di formazione post-laurea possono essere gratuiti quando sono finanziati dal FSE, e vengono programmati dalle Regioni; in tal caso sono organizzati e gestiti da enti di formazione accreditati dalla Regione. La formazione post-laurea, se promossa dalle Università, in collaborazione con Enti di formazione, consiste nei Master di I livello e II Livello.

Sono oltre 50 i master in turismo promossi da università e istituti di formazione.

Tra questi vi sono quelli universitari di "primo livello" (per coloro che hanno conseguito una laurea di primo livello), i master di "secondo livello" è relativo ai corsi di specializzazione.

Alcuni Master sia di I° che II° livello sono gratuiti poichè organizzati come azioni finanziate dal FSE nell'ambito degli interventi formativi delle Regioni o da altri strumenti che prevedono il riconoscimento dei crediti formativi.

Da notare, a testimonianza delle difficoltà esistenti, che alcune guide reperibili anche su internet affermano che spesso può essere più efficace partecipare ad un corso di formazione professionale piuttosto che ad un master, perché il primo è più orientato al mercato<sup>7</sup>.

## **3. La formazione media superiore**

Secondo la regolamentazione scolastica vigente, prima che manifestino i loro effetti i grandi cambiamenti già avviati, la *formazione media superiore* è affidata agli Istituti tecnici per il turismo (59 in tutt'Italia nel 2009), agli Istituti professionali per i servizi commerciali e turistici (219) ed agli Istituti professionali per i servizi alberghieri e la ristorazione (251). Questi ultimi sembrano i più agganciati alla realtà, con stage veramente operativi presso le imprese.

Ad inizio 2010, tuttavia, è stata approvata la riforma della Scuola media

---

<sup>7</sup> <http://www.masterturismo.it/>

superiore, modificando ruolo e funzioni degli Istituti Tecnici e degli Istituti Professionali. Nel primo caso i diversi indirizzi precedentemente previsti sono raggruppati in due soltanto, uno dei quali è il *turismo*, mentre l'altro raggruppa tutte le altre funzioni: *amministrazione, finanza e marketing*. Nel primo ambito si collocano gli Istituti Tecnici per il turismo; nel secondo caso, i molti percorsi di studio fino ad oggi esistenti sono raggruppati in quattro indirizzi: servizi per l'agricoltura e lo sviluppo rurale, servizi sociosanitari, servizi per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera e servizi commerciali. Il turismo, dunque, riappare anche all'interno del raggruppamento generico.

Il presupposto della riforma è quello di rendere maggiormente coerente l'attività scolastica con le imprese e con il mondo del lavoro, anche attraverso la valorizzazione dei laboratori e degli stages.

Il Gruppo di lavoro per la riforma degli Istituti tecnici per il turismo e gli Istituti professionali per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera ha svolto una funzione di raccordo tra le richieste del settore e le esigenze del Ministero dell'Istruzione, Università e Ricerca<sup>8</sup>.

Questa funzione è efficacemente rappresentata nel documento conclusivo del Gruppo di lavoro, ove si afferma che dal 4 febbraio 2010 la Scuola secondaria superiore assume un nuovo assetto dopo un lungo periodo di sperimentazioni sostanzialmente incontrollate.

Si prevede anche la costituzione dei Poli ritenendola di primaria importanza per il comparto del turismo; in tal senso si propone di costituire Istituti di Istruzione Superiore che comprendano l'Istituto Tecnico per il Turismo e l'Istituto Professionale per l'Enogastronomia e l'Ospitalità Alberghiera.

Con la riforma si vuole rispondere all'esigenza di una sana programmazione di bisogni formativi del territorio per il settore specifico, per una solida formazione di operatori nel settore, sul presupposto di considerare Cultura, Turismo ed enogastronomia un trionomio indivisibile.

Si propone anche l'alternanza scuola-lavoro per consentire il superamento dell'autoreferenzialità del sistema scolastico e delineare la proposta di un luogo comune in cui svolgere percorsi utili e condivisi di formazione intesi non come semplice interazione, ma come vera e propria partnership che preveda la comprensione dell'altro e del suo specifico valore, la volontà di cooperazione reciproca, la reale possibilità di sviluppare azioni congiunte, la fidelizzazione dello studente all'azienda.

In tal senso si vuole valorizzare il *Piano di azione per l'occupabilità dei giovani* attraverso l'integrazione tra apprendimento e lavoro (Italia 2020 del 21 settembre 2009 sottoscritto dai Ministri del Lavoro e dell'Istruzione).

---

<sup>8</sup> Il Gruppo di lavoro è stato costituito in seno al *Comitato per la razionalizzazione della formazione turistica e la promozione della cultura dell'ospitalità* presieduto dal Prof. Armando Peres.

Nel documento si afferma che “In attuazione delle linee guida *Italia 2020* sarebbe auspicabile e possibile la previsione di un “Accordo di programma, fra Ministero del Lavoro, dell’Istruzione e del Turismo con le Associazioni di categoria operanti nel settore del Turismo e dell’Enogastronomia per disciplinare stage e tirocini formativi per studenti iscritti al percorso quinquennale e contratti di apprendistato per giovani che intendono conseguire una qualifica triennale o un diploma quadriennale che saranno regolamentati, in regime sussidiario, dall’Accordo Stato-Regioni, o in regime surrogatorio in assenza di tale accordo”.

La volontà della riforma è quella di individuare percorsi formativi più aderenti al mondo reale, migliorando la tradizione degli stage che in campo agenziale, peraltro è sempre stata presente, e introducendo una migliore e più integrata gestione di linee che finora erano state come separate e opposte, come si è verificato fino ad oggi per gli Istituti professionali per il turismo rispetto agli Istituti Tecnici per il Turismo, e viceversa.

Secondo quanto indicato nel documento del Gruppo di lavoro, la mission dell’Istituto Tecnico per il Turismo (approfondimento della cultura scientifica, acquisizione della perizia applicativa e pratica, competenza ed autonomia nella organizzazione e gestione delle imprese turistiche) e quella dell’Istituto Professionale dei Servizi per l’Enogastronomia e l’Ospitalità Alberghiera (garanzia delle capacità operative di progettazione, realizzazione di soluzioni e gestione processi) si debbono completare per offrire una risposta di qualità alle esigenze del mondo del lavoro, e, quindi, del turista, come cliente finale che sta a valle di tutto il processo. Per tale motivo l’unificazione di “governance” dei due percorsi appare irrinunciabile.

Il mondo delle agenzie di viaggio è sempre stato molto collegato, attraverso gli stage, agli Istituti Tecnici, rappresentando uno dei pochi casi di integrazione fra scuola e mondo del lavoro. Spesso, tuttavia, il rapporto che si instaurava era di carattere casuale e lo stage troppo limitato nel tempo, per cui lo studente finiva per svolgere una funzione passiva.

La riforma prevista deve essere anche l’occasione per migliorare questo aspetto!

La riforma, peraltro, prevede anche l’aggiornamento dei piani di studio, attraverso l’introduzione di nuove metodologie (in special modo per le lingue straniere e per economia aziendale) di insegnamento, con il massimo adeguamento alle nuove tecnologie e alle nuove modalità di apprendimento dei ragazzi.

#### **4. La formazione continua**

Il comparto agenziale prima e più degli altri, anche se oggi il fenomeno è abbastanza generalizzato, ha avuto bisogno di processi di aggiornamento

continuo degli addetti per seguire l'evoluzione promossa in primo luogo dallo web, in quanto, come è noto, quello turistico è il primo comparto esistente per l'utilizzazione di internet.

Sull'assetto del sistema formativo incide sicuramente la composizione del settore, fatto di tante imprese piccole e micro diffuse sul territorio, con un ridotto numero di dipendenti pro capite.

In positivo è da valutare che il comparto, in quanto orientato prevalentemente all'outgoing, si caratterizza per imprese diffuse sul territorio e presenta una minore stagionalità rispetto alle altre attività turistiche.

Ai fini di un sistema di attività di aggiornamento è opportuno rilevare che:

- è difficile distogliere per lunghi periodi i lavoratori dal processo produttivo;
- l'incidenza delle fluttuazioni stagionali dell'attività per un verso comporta la necessità di concentrare gli interventi formativi in periodo di bassa stagione. Tuttavia quest'aspetto è più evidente per il comparto della ricettività, mentre l'intermediazione è meno stagionalizzata;
- il comparto tradizionalmente vede la presenza di figure molto specializzate, mentre le aziende sono alla ricerca di soggetti che possano svolgere con efficienza più funzioni; che siano in grado, ad esempio, di passare da una contrattazione incoming ad una outgoing. Questa tendenza è particolarmente presente nelle microagenzie ove per necessità si debbono svolgere tutte le attività possibili;
- in campo agenziale il rapporto fra dirigenti ed addetti è meno basso di quanto si rileva per le altre attività turistiche, per la presenza necessaria del direttore responsabile, ma anche perché così impone il mercato;
- di fatto i tour operator ed i network di agenzie svolgono una efficiente attività formativa, che può definirsi "a catalogo", cioè tarata sulle necessità di quel momento, di quell'azienda e di quella figura professionale che si vuole aggiornare;
- tale impostazione flessibile consente di assemblare e ricombinare le diverse competenze in funzione delle mansioni concretamente svolte;
- la tendenza è verso la formazione di *percorsi formativi personalizzati* capaci di adeguarsi all'evoluzione del mercato in modo indipendente dalle strutture che la regolano istituzionalmente o semistituzionalmente;
- anche se il comparto agenziale ha fondato il suo sviluppo sulla presenza di figure specializzate, appare opportuno definire gli obiettivi del percorso formativo con riferimento ad un'area professionale anziché a specifiche figure, perché l'azienda dovrà completare il processo di introduzione sul mercato dell'addetto;

- il comparto non sembra particolarmente complesso; chiunque vi può entrare a condizione che sia competente nei due presupposti di base: conoscenza dell'inglese (meglio se anche di altre lingue) e di procedimenti informatici e telematici;
- per coloro che già operano nel settore è importante, inoltre, che l'attività di formazione svolta trovi applicazione e motivazione in una sorta di laboratorio, in modo da interloquire e da coinvolgere nel processo l'attività che già viene svolta all'interno delle aziende;
- dovrebbe essere come se si facesse una stage dall'interno, come si verifica quando si effettua un apprendistato efficiente.

## **5. La formazione professionale**

L'attività teorica di formazione professionale aziendale è svolta, oltre che dalle scuole medie superiori, attraverso i numerosi corsi locali che le amministrazioni regionali finanziano, in modo diffuso su tutto il territorio nazionale.

I corsi ruotano intorno alla figura che è definita di "operatore di agenzia di viaggio", cioè per l'addetto ai servizi di prenotazione viaggi e vendita di biglietti, che, ovviamente, può svolgere anche altre funzioni, in particolare nelle piccole aziende.

Si ritiene vi siano altre varie denominazioni che identificano la figura dell'agente di viaggio: banconista, impiegato d'agenzia, booking operator, incomista, tecnico di agenzia di viaggio, addetto alle prenotazioni ed al front office, responsabile turismo business ecc..<sup>9</sup>.

In realtà queste denominazioni identificano alcune specificità o segmentazioni dell'attività agenziale, cioè solo una parte dell'attività che può essere esercitata.

Accanto alla figura dell'operatore di viaggio possono operare altre figure correlate al mondo del turismo, che svolgono una funzione diversa, anche se in alcuni casi si sovrappongono come avviene per il promoter turistico, che dovrebbe svolgere una funzione di raccordo fra tour operator ed agente di viaggio; anche l'attività di programmatore turistico si integra e si sovrappone, perché svolge la funzione di ideare, pianificare, realizzare e testare nuovi (e vecchi) prodotti turistici per conto dei tour operator, delle grandi agenzie di viaggio e dei network di agenzie.

Il Direttore tecnico si configura come il vertice dell'agenzia di viaggio, perché ne stabilisce le direttive ed è il responsabile di tutti gli aspetti direttivi, gestionali, amministrativi, comunicazionali e commerciali.

Per legge questa figura è prevista per ogni impresa agenziale aperta al

---

<sup>9</sup> Piero Taronna (a cura di) *Area occupazionale Turismo, ospitalità e tempo libero*, Isfol Roma 2008. In particolare cfr la parte dedicata alle schede professionali, ove viene presentata quella sull'operatore di agenzia di viaggio (pag. 87).

pubblico, ed implica il conseguimento di una abilitazione professionale.

In passato erano molti i direttori tecnici che fittiziamente erano responsabili di più agenzie, mentre oggi l'attività svolta è effettiva perché non può essere svolta per più imprese. Le agenzie con più filiali possono avere un solo Direttore tecnico. Spesso, nelle piccole agenzie, la figura del Direttore tecnico si identifica con quella del proprietario.

Una figura che rientra nelle filiera della intermediazione, ma con una collocazione propria, anche se spesso viene utilizzata dagli agenti di viaggio, è quella dell'accompagnatore turistico, che svolge professionalmente la funzione di accompagnamento di turisti in gruppo e in gruppo, durante il viaggio, svolgendo un'attività di informazione e di supporto.

Diversa è la funzione delle guida turistica, che obbligatoriamente è iscritta ad un albo professionale dedicato.

In generale l'operatore delle agenzie di viaggio svolge l'attività front office a contatto con la clientela e si occupa della predisposizione dell'offerta richiesta dal cliente, in qualsiasi forma, dal pacchetto tutto compreso, al viaggio *tailor made*.

Se queste sono le valutazioni generali le singole agenzie si organizzano in modo differenziato a seconda delle dimensioni e delle tipologie dei turismi trattati.

Nelle grandi agenzie, ad esempio, vi possono essere specializzazioni per tipo di destinazione trattata e per tipo di clientela: business, leisure, benessere, matrimoni ecc..

Presupposto dell'attività e preconditione essenziale è il possesso di due competenze orizzontali: la buona conoscenza della lingua ed una alfabetizzazione informatica di livello corrispondente al ruolo da svolgere, anche per il peso sempre maggiore che i network e le OTA stanno assumendo nelle contrattazioni.

Come appare evidente i compiti dell'agente di viaggio sono molto differenziati.

La responsabilità per le attività svolte è notevole, per la delicatezza delle azioni svolte dalla bigliettazione alla vendita di un pacchetto turistico ed alla emissione di voucher, cioè del documento monetario che permette al cliente di esigere la soddisfazione dei servizi ivi specificati; infatti il cliente paga l'agente di viaggio che successivamente attiverà la filiera che farà arrivare il pagamento all'operatore ricettivo (o di altra natura) finale, dopo che saranno trattenute le varie intermediazioni previste.

L'operatore può svolgere anche funzioni di back office per la preparazione della propria attività.

La tendenza più rilevante è la trasformazione dell'operatore delle agenzie di viaggio da mero esecutore e assemblatore di proposte definite da altri, a

consulente del cliente; quest'ultimo, in presenza della grande diffusione di internet sente la necessità di capire da un esperto-amico come stanno veramente le cose, e, in caso di dubbio gli deve essere consigliata la scelta più giusta rispetto alle proprie opzioni di base. Fra tanti pregi, infatti, internet ha il difetto di rendere omogenee formalmente le offerte presenti sul mercato e di nascondere, talvolta la qualità.

In altre parole, la figura dell'agente di viaggio sta sempre più integrando le proprie competenze tecniche con quelle relazionali consulenziali.

Molti viaggiatori che optano per il tutto compreso vogliono comunque essere consigliati su quale tour operator fare affidamento e vogliono integrare le opzioni comunque previste dal viaggio nel migliore modo possibile.

L'operatore dovrà essere in grado di costruire un itinerario che il cliente dovrà percepire come personalizzato, non solo fornendo il supporto tecnico in termini di mezzi di trasporto, prenotazione e tariffe praticate, ma anche dando tutte quelle notizie che favoriranno le scelte del cliente, dall'andamento climatico a migliore periodo di soggiorno ed agli intrattenimenti previsti nella località di destinazione.

L'obiettivo è quello di legare il turista alla propria funzione ed alla propria persona, garantendogli la soddisfazione per la scelta effettuata prima, durante e dopo il soggiorno.

Per questo motivo quasi tutte le agenzie di viaggio, ormai, hanno attivato una attività di recall, che può essere svolta anche attraverso email, per verificare il grado di soddisfazione della clientela durante l'esperienza avuta, con la finalità di fidelizzare il cliente ma anche per una continua verifica della qualità del prodotto offerto, secondo i principali dettami della customer satisfaction.

L'operatore agenziale deve conoscere direttamente i prodotti offerti in base ad una propria esperienza effettuata sul campo, avendo, nel contempo, dimestichezza con le tecniche professionali di approccio e orientamento alla clientela, per capire gli interessi, le aspettative ed il budget economico disponibile, senza far pesare troppo quest'ultimo condizionamento.

Un bravo operatore turistico deve rendere partecipe il cliente della scelta effettuata, o meglio, forzando un po' la mano deve essere in grado di renderlo convinto dell'illusione della propria scelta, come fatto emozionale.

Le figure e le funzioni svolte sono quelle tradizionali, anche se rivestite di internet e derivati, ma negli ultimi anni sono parse prepotentemente sul mercato altre funzioni, corrispondenti a figure derivanti dalla nuova evoluzione dello web, connesse ed in parte dipendenti da web 2.0 e da web 3.0.

Per questo motivo le agenzie di viaggio, così come quelle della ricettività, hanno spinto verso l'assunzione o l'affidamento all'esterno, in forma consulenziale, di esperti di web marketing e di web manager, per gestire i loro siti secondo la

logica dei social network e delle communities.

I social network rappresentano l'attualizzazione del vecchio modello del passa parola, ritenuto da sempre il più decisivo per la formazione dell'opinione della clientela.

I gruppi alberghieri ed i principali alberghi si sono dotati di tecniche web 2.0 per la loro attività di marketing e di commercializzazione, così come i tour operator ed i network di agenzie.

Sui social network fanno affidamento i principali motori di ricerca come Opendo, Trip Advisor e, progressivamente, le molte OLTA..

I social network del turismo stanno aumentando di continuo e creano grandi possibilità, in parallelo ad un effetto ridondanza e di entropia perché è sempre più difficile avere un giudizio assoluto ed ogni riferimento è circostanziato.

Per questo motivo all'interno della figura del responsabile di web marketing si stanno imponendo ulteriori specializzazioni dedicate alla costruzione ed alla valorizzazione dell'immagine dell'azienda, come lo web image marketing, lo web check customer ecc..

Da notare che queste figure, proprio per la rapidità con la quale l'evoluzione del mercato le ha imposte, non sono previste nell'ambito del mondo accademico e della scuola media superiore, pur avendo una rilevanza decisiva, mentre vi sono stati alcuni tentativi significativi nel caotico mondo della formazione professionale.

## **6. Alcuni corsi professionali**

In tutte le province italiane sono realizzati corsi di formazione professionale, con la partecipazione finanziaria del Fondo Sociale Europeo che, come è noto, fra le sue finalità ha anche quella dell'assistenza agli stati membri in base alle esigenze di formazione e di occupazione di tutta l'Unione Europea e in rapporto alle risorse umane disponibili.

Gli obiettivi del FSE sono la lotta alla disoccupazione di lunga durata e la attivazione di facilitazioni per l'inserimento professionale dei giovani e l'integrazione delle persone minacciate di esclusione dal mercato del lavoro; la promozione della parità di opportunità tra uomini e donne sul mercato del lavoro e l'agevolazione dell'adattamento dei lavoratori ai mutamenti industriali e all'evoluzione dei sistemi di produzione.

Con il sostegno finanziario del Fse viene realizzata la maggior parte dei corsi professionali in Italia, in particolare tutti quelli destinati a disoccupati, inoccupati e soggetti in mobilità.

La maggior parte di tali corsi è destinata al turismo perché, esplicitamente o implicitamente si afferma che è uno dei pochi comparti dell'economia in fase espansiva.

Una parte notevolmente minore di iniziative è definita come corsi IFTS (Istruzione e Formazione Tecnica Superiore). Alcuni li identificano come la principale novità dell'ultimo decennio nell'ambito della FIT (Formazione Integrata Superiore).

Si configurano come un nuovo canale formativo post-secondario, diverso dai corsi di formazione professionale regionali di II livello e dai percorsi universitari tradizionali, con la finalità di creare percorsi di formazione professionale. Hanno sia l'obiettivo di facilitare l'inserimento professionale dei giovani offrendo una formazione flessibile, modulare e fortemente professionalizzante, mediante l'acquisizione di competenze certificabili e spendibili nel mercato del lavoro, sia quello di offrire un canale di formazione tecnica superiore anche agli adulti occupati, inoccupati e disoccupati, nel diritto all'apprendimento in ogni fase della vita, per favorire la mobilità, la riconversione e l'estensione di conoscenze e competenze professionali pertinenti al proprio lavoro.

Infine questo nuovo canale formativo post-secondario presuppone un sistema integrato di certificazione, valido anche per la prosecuzione dell'iter formativo nel canale universitario, grazie al riconoscimento dei crediti formativi. Inoltre la certificazione rilasciata al termine del corso è costituita da un attestato finale spendibile in ambito nazionale e da una qualifica professionale, secondo un modello unitario.

Oltre ai corsi FSE e IFTS sono attivi pochi corsi professionali realizzati da varie società con autonomi progetti formativi.

Fra i corsi IFTS, recentemente, ne sono stati organizzati alcuni interessanti, come il *Corso tecnico superiore per l'assistenza alla direzione di agenzie di viaggio e tour operator*, organizzato dalla regione Lazio per creare una figura che svolge attività di supporto al management aziendale di agenzie viaggi e tour operator: assiste la direzione nelle azioni di organizzazione, gestione e sviluppo di processi aziendali, per migliorare la competitività; ha relazioni con gli enti del turismo del territorio, con le altre agenzie di viaggio, i tour operator, con le associazioni culturali e con quelle per la promozione della storia del territorio oltre che con gli enti preposti al turismo e gli enti pubblici per la progettazione di pacchetti turistici completi, in grado di valorizzare le potenzialità del territorio.

In particolare tale figura:

- cura l'elaborazione dei prodotti/servizi, nuovi ed esistenti, anche mediante l'utilizzo delle i.c.t. (*information and communication technologies*);
- supporta le attività di pianificazione, di promozione e di commercializzazione dell'offerta sui mercati anche internazionali;
- fornisce assistenza agli utenti nella risoluzione dei problemi.

Il corso è dedicato a giovani e adulti inoccupati, disoccupati o occupati in

possesso di diploma di scuola media superiore o di titolo di studio superiore o utenti non in possesso del diploma di scuola media superiore, che dovranno superare alcune prove di accertamento delle competenze.

Corso IFTS per “Tecnico commerciale di agenzia viaggi e tour operator” a Rimini è finalizzato alla formazione di figure che svolgono attività di supporto al management aziendale nelle azioni di organizzazione, gestione e sviluppo contribuendo in particolare alla definizione delle strategie commerciali; è destinato a giovani diplomati occupati o disoccupati.

Il Corso di formazione per la qualifica di addetto agli uffici turistici vuol formare una figura che opera prevalentemente nelle attività ausiliarie dei trasporti e delle agenzie di viaggio. Vi possono partecipare gli inattivi, gli inoccupati o disoccupati ed i soggetti in mobilità lavorativa.

Fra i corsi di formazione professionale è difficile reperire quelli diretti precipuamente agli operatori di agenzie di viaggi, anche se esiste di tutto e di più. Corso di Pianificazione dei distretti turistici locali; Addetto ai pieni dei servizi alberghieri; Marketing Hospitality Management; Turismo New Welfare; Assistente Direzione Wellness; Gestire un Centro Benessere; Tecnico della progettazione, definizione e promozione di piani di sviluppo turistico e promozione del territorio; Gestire l'accoglienza turistica in agriturismo e hotel; Operatore del turismo rurale; Manager del turismo culturale; Destination Management e Marketing Turistico; Organizzazione di Eventi; Corso di Perfezionamento post-laurea in Strategia di valorizzazione economica delle risorse turistico culturali del Mediterraneo; Corso di formazione The Buttlar Maggiordomo in Hotel e in Casa privata; Corso di aggiornamento per operatori turistici (pubblici); Corso di formazione professionale della guida turistico-culturale; Corso di marketing turistico e strategie di accoglienza per i volontari delle Pro Loco; Manager del turismo sostenibile; Corso operatore della ristorazione per occupati; Tecnico della progettazione, definizione e promozione della progettazione di piani di sviluppo turistico e di promozione del territorio; Progetto formativo Ristor-Azioni over 40; Operatore dei porti turistici; Corso per operatore turistico della Valnerina.

Risponde alle esigenze del comparto della intermediazione il Corso in Web marketing turistico a livello avanzato che si tiene a Cattolica, che però è rivolto a coloro che operano all'interno delle strutture ricettive. La finalità è quella di fare acquisire le conoscenze per valutare l'evoluzione del mercato turistico attraverso lo studio di elementi di web marketing e per acquisire nuove tecniche di sviluppo e di promozione della propria impresa turistica.

Anche il Corso IFTS Tecnico Superiore per il marketing Turistico e l'Organizzazione Congressuale si avvicina all'attività agenziale, perché orientato alla promozione dei congressi.

Il Corso IFTS di Tecnico Superiore per lo sviluppo del software finalizzato alla valorizzazione e promozione turistica, culturale e ambientale del territorio, intende formare una figura che pianifica, progetta e realizza soluzioni software, per applicazioni web utilizzabili anche da dispositivi di comunicazione mobili. Inoltre pianifica e gestisce le fasi di installazione e configurazione delle applicazioni.

Si propongono come corsi anche i seminari che SeaNet Travel Network sta organizzando in diverse città italiane. Si tratta di seminari ultrarapidi che in due ore propongono di determinare un valore aggiunto nella comunicazione. SeaNet è un network innovativo *che si propone* di fornire strumenti per organizzare meglio le idee, elaborare le proprie strategie e comunicare di più e meglio grazie agli strumenti messi a disposizione da internet con un approccio innovativo che va oltre.

La Regione Lombardia ha organizzato un corso di *Operatore Agenzia Viaggi*, con l'obiettivo di formare un tecnico per la gestione completa del banco turismo in front office e in back office, da inserire nelle agenzie di viaggi e di tour operating. L'Operatore deve fornire ai clienti informazioni, consulenza e assistenza, vendere biglietti nazionali e internazionali, pacchetti turistici, viaggi personalizzati. Si occupa della prenotazione, della compilazione e dell'emissione di voucher, della contrattualistica e della predisposizione di tutta la documentazione che accompagna la fase di vendita del servizio. Il corso non sembra particolarmente orientato allo web; è destinato a inoccupati e disoccupati.

Il Corso per Operatore del ricevimento e assistenza al cliente ha la pretesa di essere diretto sia al comparto ricettivo che alle agenzie di viaggio: "l'allievo sarà in grado di accogliere il cliente e gestire le relazioni con il pubblico in hotel, strutture ricettive e agenzie di viaggio". Si indica che i partecipanti potranno partecipare alla selezione per svolgere un tirocinio di 3 o 6 mesi in Spagna, Regno Unito, Portogallo<sup>10</sup>.

L'*Addetto al front-office di Agenzia Viaggi*, organizzato a Milano da Training Solutions in collaborazione una Agenzia Accreditata dalla Regione Lombardia, e Confindustria Assotravel si propone di formare una figura destinata a lavorare in un'agenzia di viaggi, in grado di assistere *front-line* la clientela nazionale ed internazionale. Tale figura deve essere dotata di competenze di base quali la conoscenza dei principali trend turistici, in modo da svolgere funzioni di consulenza per orientare la clientela nelle proprie scelte.

Deve sapere utilizzare i sistemi GDS (Global Distribution System) e AMADEUS,

Possono partecipare i residenti nella Regione Lombardia Inoccupati di età non

---

<sup>10</sup> I tirocini all'estero sono finanziati dal Programma Settoriale Leonardo Da Vinci, nell'ambito del Programma Comunitario di Apprendimento Permanente (LLP).

superiore a 35; imprenditori titolari di piccole imprese (da 1 a 49 dipendenti) che hanno intrapreso un'attività prima del 2009; lavoratori autonomi di età non inferiore ai 40 anni che hanno intrapreso un'attività autonoma dopo essere stati espulsi dal mercato del lavoro nel corso del 2009.

Anche in questo caso l'orientamento del corso è di tipo tradizionale.

Il corso di formazione di II livello "*Esperto Incoming*" mira alla formazione del "Tecnico Superiore per l'organizzazione e promozione dei servizi turistici", che opera, in collaborazione con le figure direttive, nell'ambito della progettazione, organizzazione e gestione di eventi aggregativi (mostre, eventi culturali, meeting, congressi, fiere, ecc..) sia in qualità di libero professionista che all'interno di aziende. Può operare quindi anche all'interno delle agenzie di viaggio, ma non è una figura specifica del comparto.

Il "*Corso per Operatore di Agenzia di Viaggi*" per donne disoccupate finanziato con fondi dell'Unione Europea (FSE) e dalla Regione Puglia mira a realizzare un intervento formativo mirato ad una qualificazione professionale finalizzata al loro inserimento lavorativo nel settore turistico. Le allieve acquisiranno conoscenze sui principali pacchetti di viaggio per ogni destinazione turistica e saranno in grado di analizzare e confrontare il rapporto qualità-prezzo. Si lega l'effettuazione del corso al favorevole momento di sviluppo turistico che sta attraversando la regione, ma sembra che non vi siano condizioni di qualità garantita.

A Forlì, nell'ultimo anno, è stato previsto un corso FSE a Forlì per la formazione del "Tecnico del marketing turistico con specializzazione in ambito agenzia viaggi", come figura professionale specializzata, in grado di intraprendere processi di sviluppo e innovativi, di analizzare il mercato turistico, progettare un servizio sulla base della valutazione della domanda turistica individuata, elaborare strategie promozionali e predisporre piani di comunicazione e marketing, interpretare i bisogni espressi dalla clientela e tradurli in offerte reali. Punti focali del corso sono le tecniche del marketing turistico, le tecniche di posizionamento dell'offerta turistica e l'informatica applicata all'agenzia di viaggi. L'orientamento al web anche in questo caso risulta minimo.

La seconda edizione del Corso di formazione professionale di II livello per Operatore di agenzia di viaggio, nel salernitano, mira a formare una figura che si occupa dell'attività di front office e di back office, dall'emissione di voucher e dei titoli di viaggio (biglietti aerei, marittimi, ferroviari etc.), fino alla cura del processo di booking, fornendo i presupposti per una efficace soddisfazione della clientela. Anche in questo caso l'impostazione risulta tradizionale.

Il Corso per Tecnico Agenzia viaggi e booking Tour operator, organizzato dalla regione Marche, mira a formare una figura professionale che si occupa della vendita alle agenzie dettaglianti e/o al consumatore finale di pacchetti viaggio

già assemblati e delle diverse parti che compongono i soggiorni ed i viaggi. Deve essere in grado di verificare la disponibilità del servizio di cui si richiede la prenotazione e prenotare tutte le diverse componenti del pacchetto; svolge anche attività di back office come la prenotazione, la compilazione, l'emissione e la spedizione dei voucher o dei biglietti di viaggio.

Previo superamento dell'esame finale, un Attestato di Specializzazione TD1.13.1 "Direttore tecnico di agenzia viaggi e turismo", è previsto, inoltre, il riconoscimento di crediti formativi presso i corsi attivati dalla Facoltà di Economia dell'Università degli Studi di Urbino, per un periodo di 3 anni dalla conclusione del corso. È destinato a disoccupati, inoccupati e diplomati e laureati.

Il Corso di qualifica per Addetto agli uffici turistici organizzato a Pistoia dall'Istituto Statale per l'Industria e l'Artigianato Antonio Pacinotti. Si vuol formare una professionalità in grado di operare prevalentemente nel settore delle attività ausiliarie dei trasporti e delle agenzie di viaggio. Esegue le attività di agenzia di viaggio, compagnia aerea, marittima e impresa turistica in genere. Svolge servizio di biglietteria e cura il settore ricettivo con l'ausilio dei mezzi informatici. L'addetto agli uffici turistici dovrebbe trovare occupazione nei vari settori del turismo come agenzie turistiche, compagnie aeree, di navigazione, imprese turistiche in genere.

Il Corso di "*Organizzazione e promozione dei servizi turistici-incoming*" destinato a lavoratrici e lavoratori residenti o domiciliati in Provincia di Reggio Emilia, ha finalità di aggiornamento generico.

Ha carattere generico e non orientato alle agenzie di viaggi, nonostante la denominazione, anche il "Corso per operatrici turistiche" promosso a Bari, promosso come orientamento e accompagnamento al lavoro, finalizzato a promuovere la partecipazione femminile al mercato del lavoro. Il corso, per donne disoccupate, prevede il conseguimento della Qualifica Professionale per *Operatore Turistico*.

Risente di un approccio generico anche il corso per "Addetto alla promozione e vendita dei servizi turistici" organizzato a Napoli dal Consorzio EURETICON, con la finalità di "stimolare una crescente cultura dell'ospitalità avallata dalla formazione di risorse nell'ambito del settore turistico del territorio di riferimento".

Più mirato alla propria funzione è il Corso di Esperto/a in Web Marketing Management per l'impresa turistica", tenuto ad Agrigento e Palermo per formare professionisti in web marketing e management dei processi di sviluppo turistico destinati ad inserirsi nel settore privato e pubblico. Si vogliono formare figure con capacità gestionali e competenze specifiche nelle nuove tecnologie dell'informazione, per comprendere meglio i fenomeni legati al settore turistico, ivi compresi i problemi di sviluppo turistico a livello territoriale. Di fatto si vogliono

formare consulenti. Anche questa iniziativa passa a latere delle agenzie turistiche senza toccarle.

Il Master in “*Revenue, Web e Social Media Marketing del Turismo*”, organizzato dalla *Business Innovation School* a Rimini, affronta ed approfondisce in modo verticale ed innovativo quelle funzioni che, all’interno degli alberghi, rappresentano oggi la chiave per sviluppo ed il consolidamento delle relazioni tra il cliente, l’azienda ed il territorio. Il master è destinato al comparto ricettivo ma resta ugualmente valido, per le sue motivazioni e applicazioni, anche per il comparto agenziale. Si afferma esplicitamente che si vogliono costruire figure professionali più specializzate per colmare una lacuna oggi esistente nel mercato internazionale e nazionale.

I master sono quasi esclusivamente dedicati al comparto ricettivo, ed in particolare all’hotellerie, ed al destination management, inclusa la valorizzazione dei territori, secondo un’ottica incoming.

Confindustria Assotrail in partnership con Training Solutions organizza a Roma e Milano il Corso “*Professione Travel Agent*,” un percorso di formazione “modulare” , in duplice versione, diurna e serale, con lo scopo di introdurre ai livelli di management in ambito turistico, in modo da ricoprire vari ruoli nell’ambito di Agenzie di Viaggi e Tour Operators, per operare con i più diffusi sistemi di informazioni e prenotazioni (GDS), o per la gestione informatizzata della front-line e del back-office. Il Corso può essere abbinato ad un percorso di stage in azienda, per mettere in pratica le competenze tecnico-specialistiche acquisite e formalizzare un contatto indispensabile con il mondo del lavoro. Da notare che per chi non può frequentare l’intero percorso formativo è possibile realizzare un “progetto su misura”, consentito dalla modularità del percorso.