

# **MACROSETTORE ALBERGHIERO e della RISTORAZIONE & TURISMO**

DOMANDA

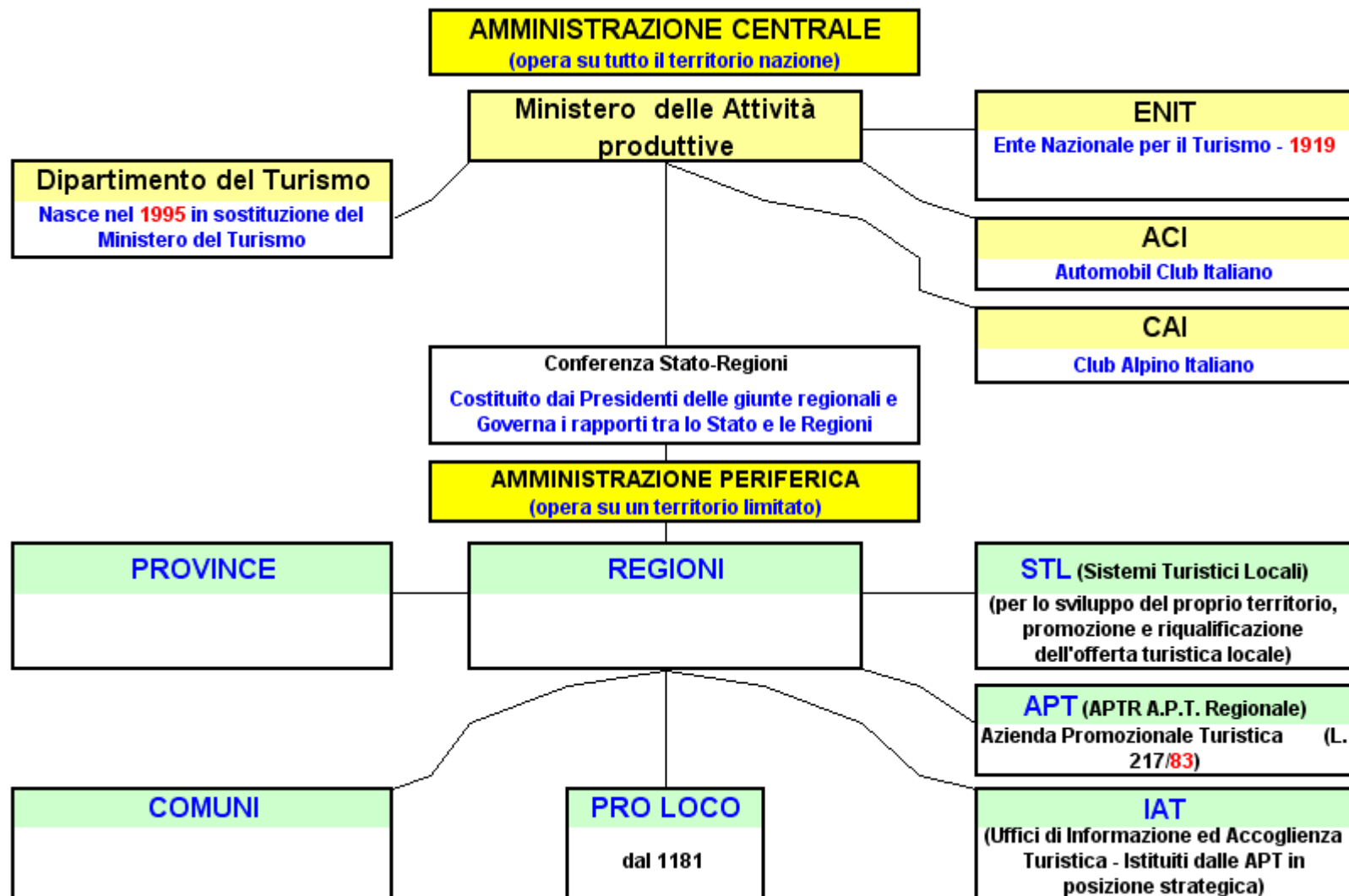
OFFERTA

**TECNOLOGIE**

e

**PROCESSI  
OPERATIVI**

# Gli **ORGANI** dell'Amministrazione **TURISTICA**



# Le Professioni emergenti

## Definizione di Professione Turistica

Con la Legge 135 del 2001 si stabilisce che sono **"professioni turistiche** **quelle che organizzano e forniscono servizi di promozione dell'attività turistica, nonché servizi di assistenza, accoglienza, accompagnamento e guida dei turisti".**

**Guida Turistica**

**Accompagnatore turistico o corriere**

**Interprete turistico**

**Organizzatore congressuale**

**Maestro di sci**

**Istruttore nautico**

**Guida alpina, maestro dell'alpinismo**

**Aspirante guida alpina o portatore alpino**

**Animatore turistico**

**Guida speleologica**

**Maestro di mountain bike (MTB) e di ciclismo fuoristrada**

**Accompagnatore di turismo equestre**

# L'Agente di Viaggio

## L'Agenzia di Viaggio

Ruolo di assistere il turista

Attività:

Intermediazione turistica

Servizio di: Vendita Pacchetti turistici di Tour Operator  
Servizi alberghieri  
Servizi turistici - visite guidate  
Servizi complementari  
Servizi accessori - Bancari ed Assicurativi.

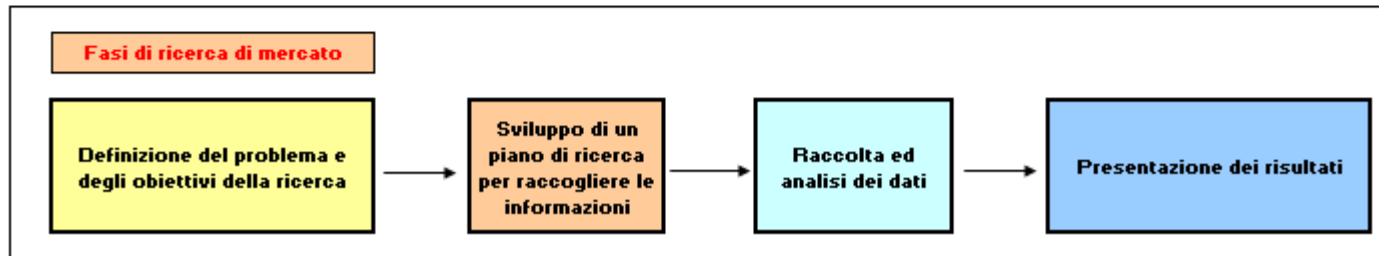
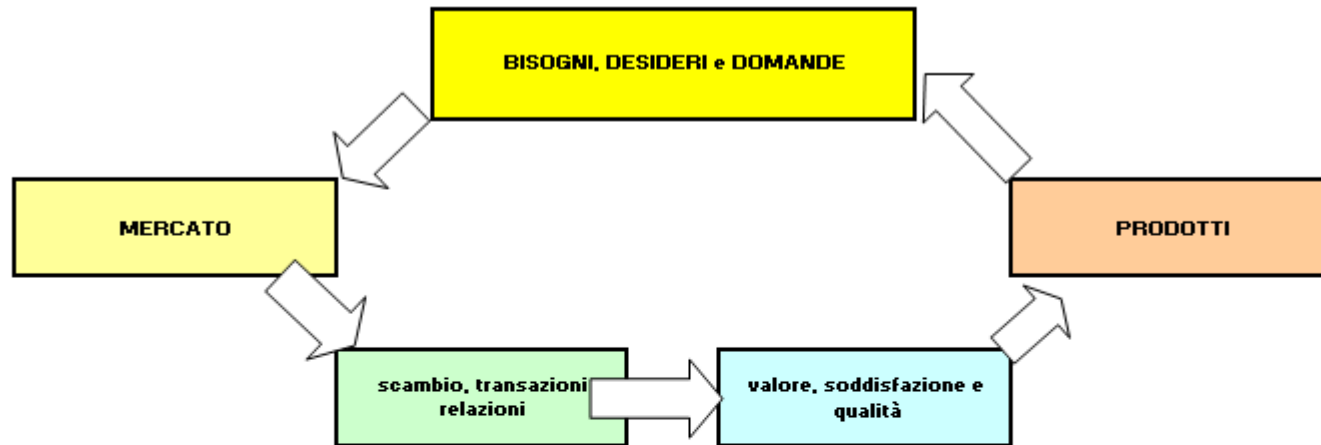
## Agenzia dettagliante o retailer

Svolge esclusivamente attività di intermediazione turistica

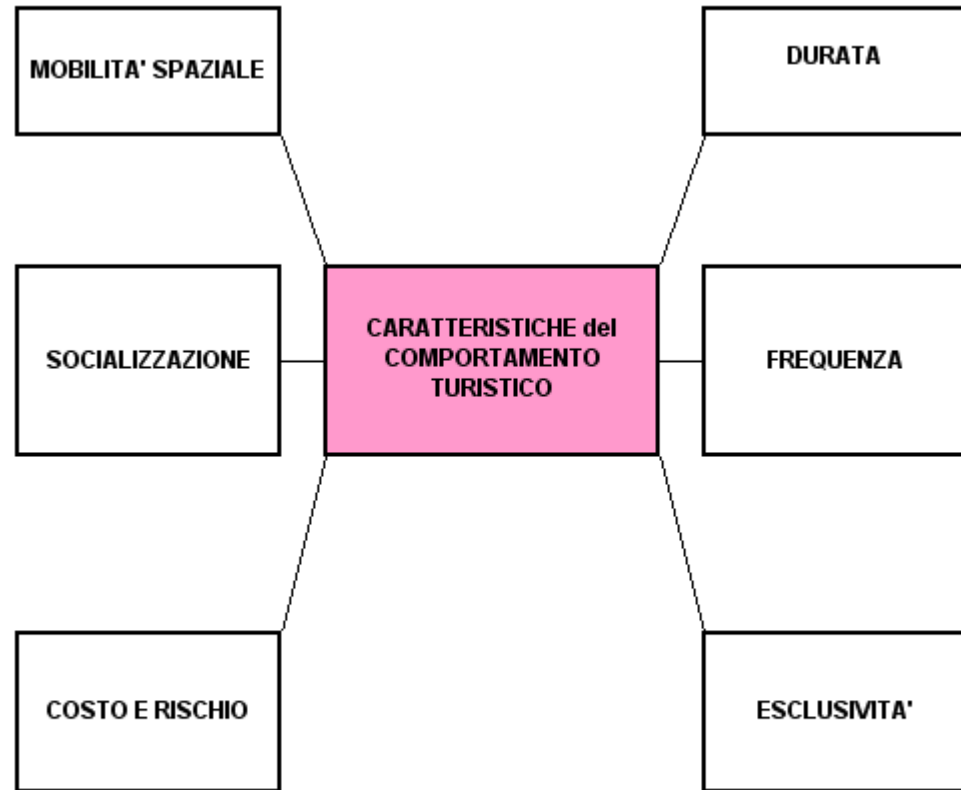
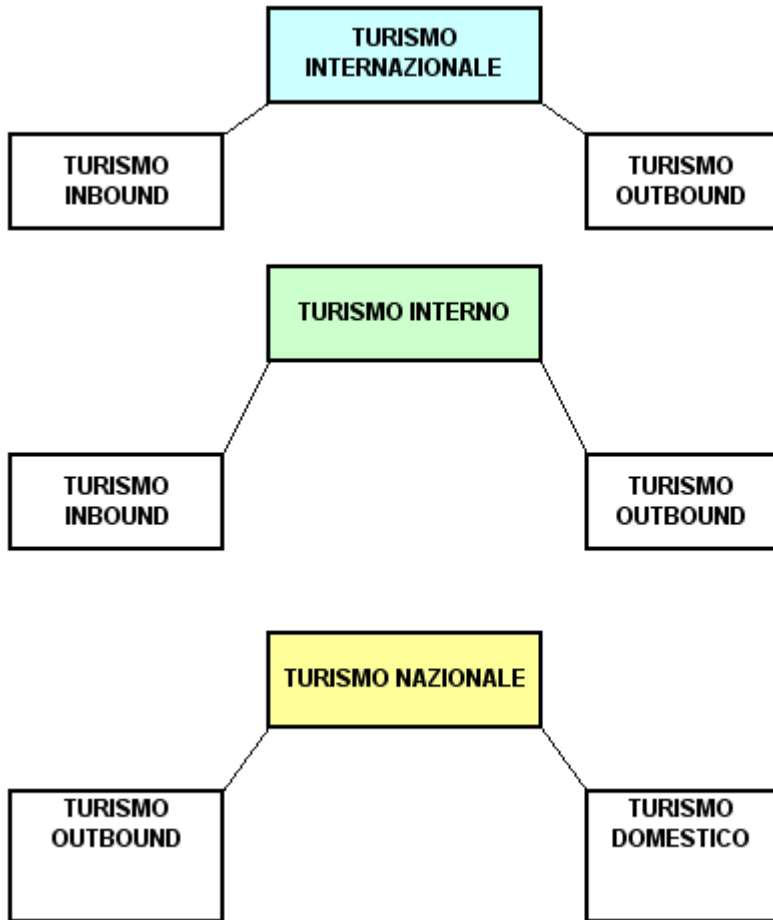
## Produzione ed organizzazione turistica

L'Agente di Viaggio in questo caso svolge un compito più impegnativo, in quanto deve organizzare un vero e proprio pacchetto turistico

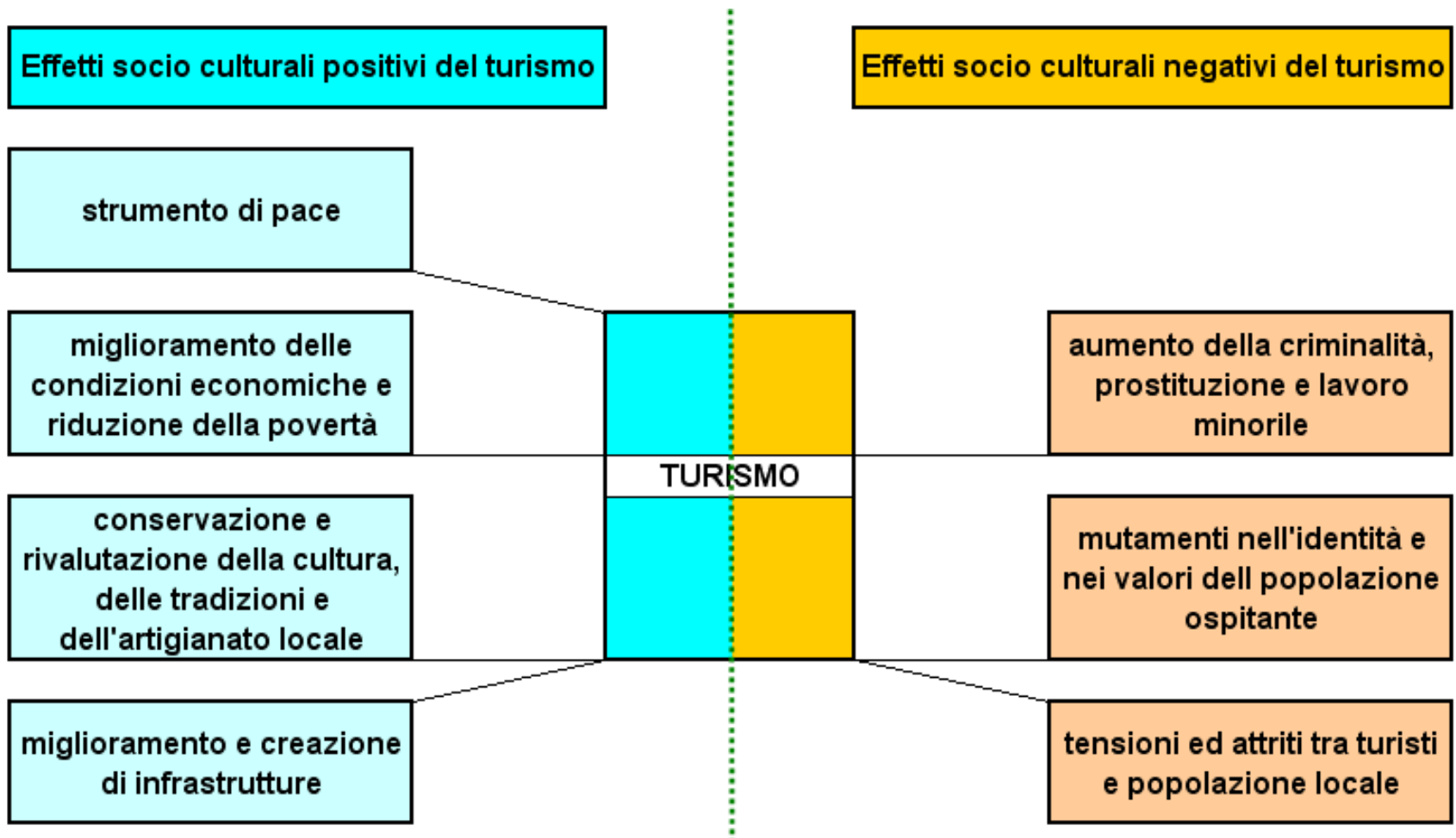
# IL MERCATO TURISTICO



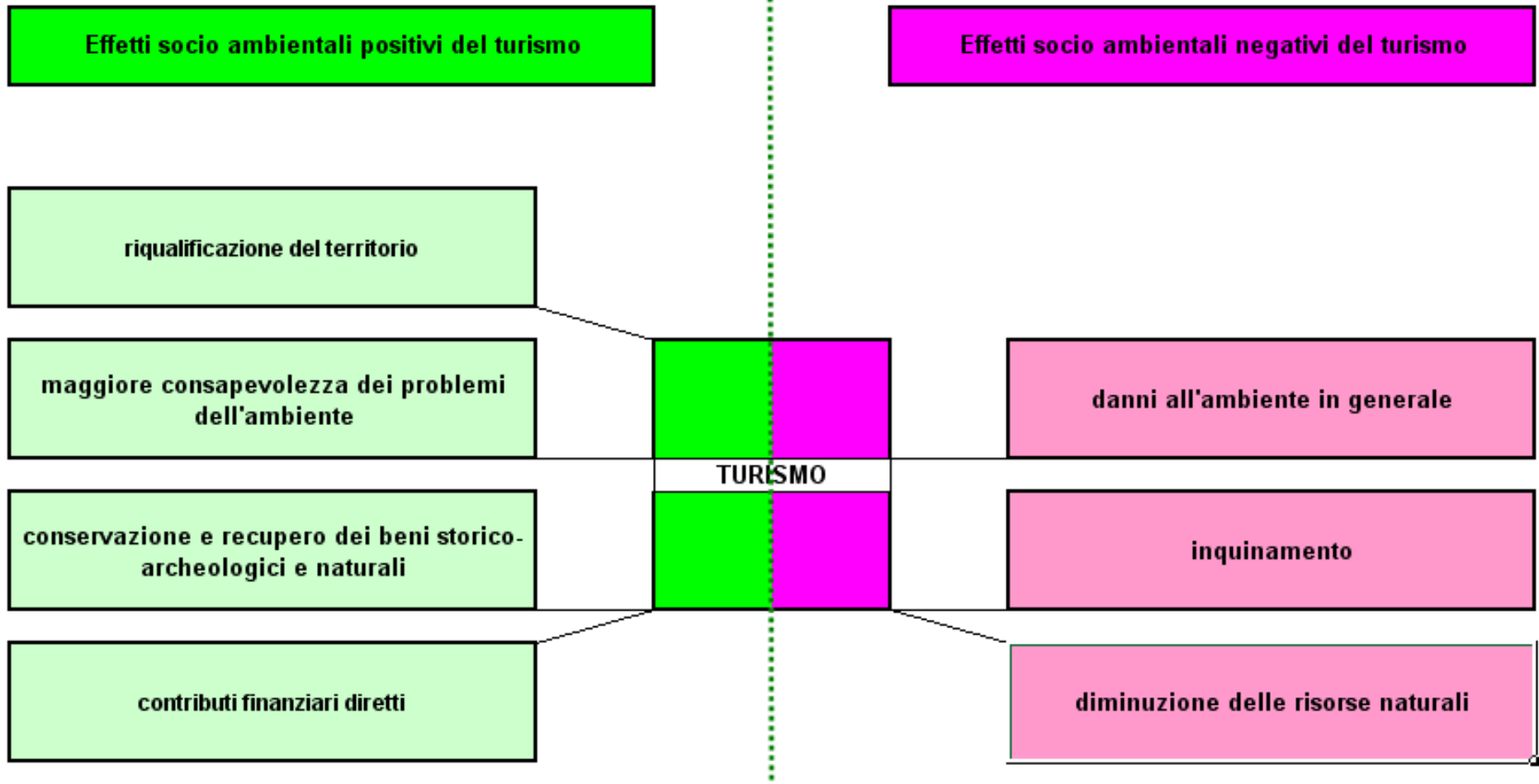
# IL FENOMENO TURISTICO



# EFFETTI SOCIO CULTURALI del TURISMO

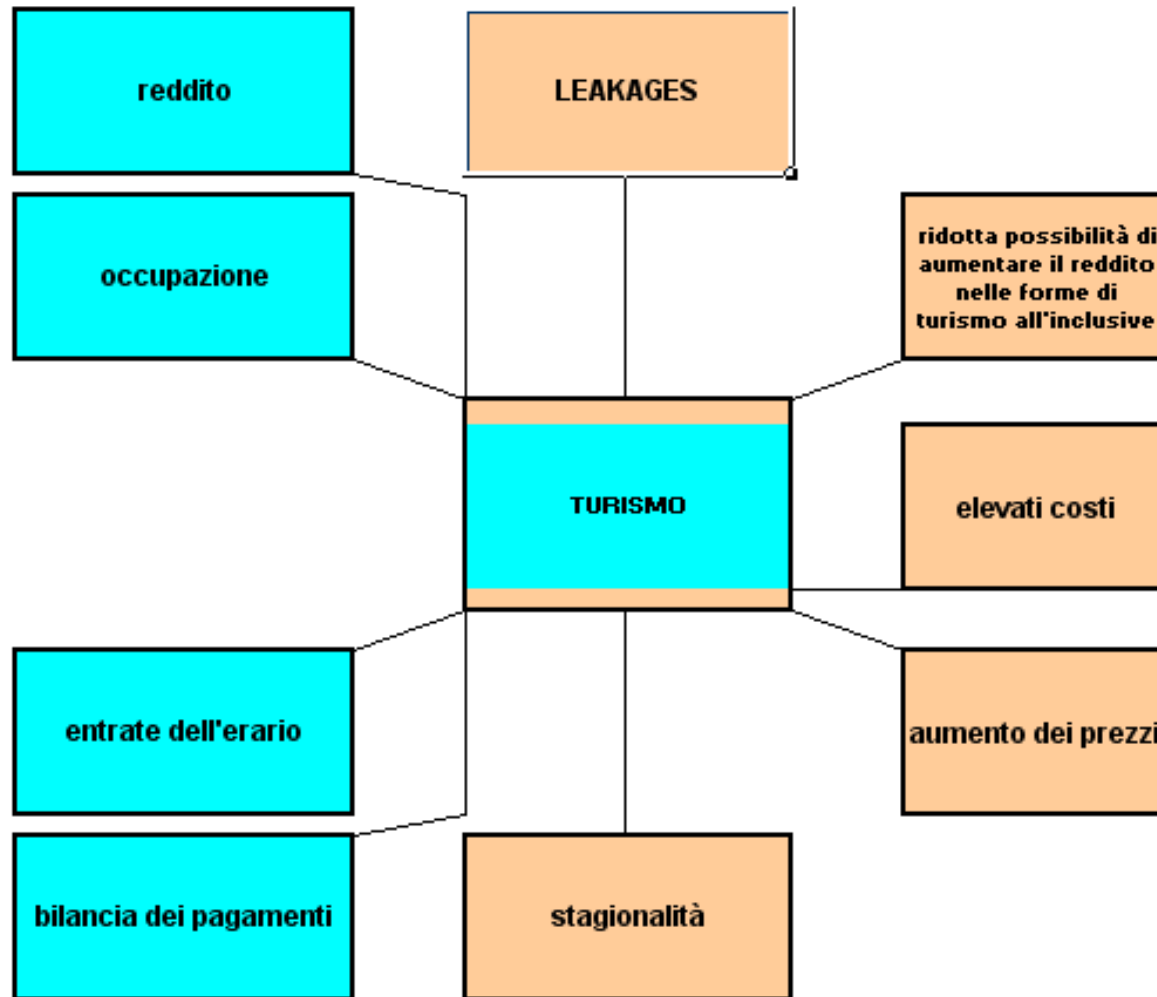


# EFFETTI SOCIO AMBIENTALI del TURISMO



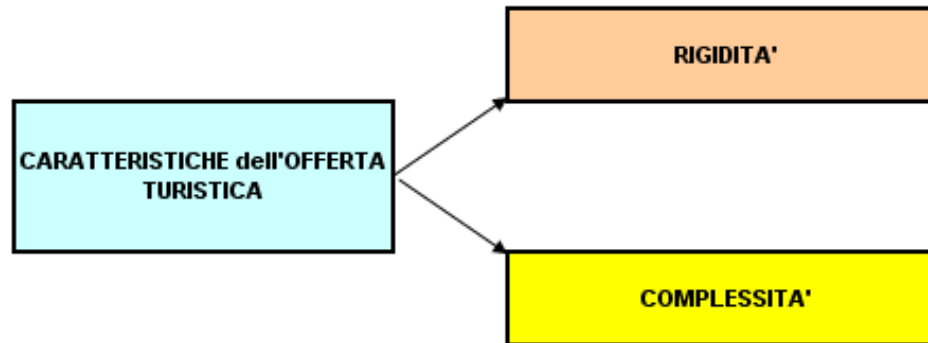


# IMPATTO ECONOMICO del TURISMO



**Leakage** il leakage è la percentuale del reddito prodotta dal turismo, che lascia il paese.  
*Alcuni studi hanno dimostrato che nei Caraibi appena più di un terzo dei soldi spesi dai turisti rimane nella regione e che in Thailandia circa il 70% della spesa dei turisti lascia il paese a favore di imprese straniere*

# Caratteristiche dell'OFFERTA TURISTICA



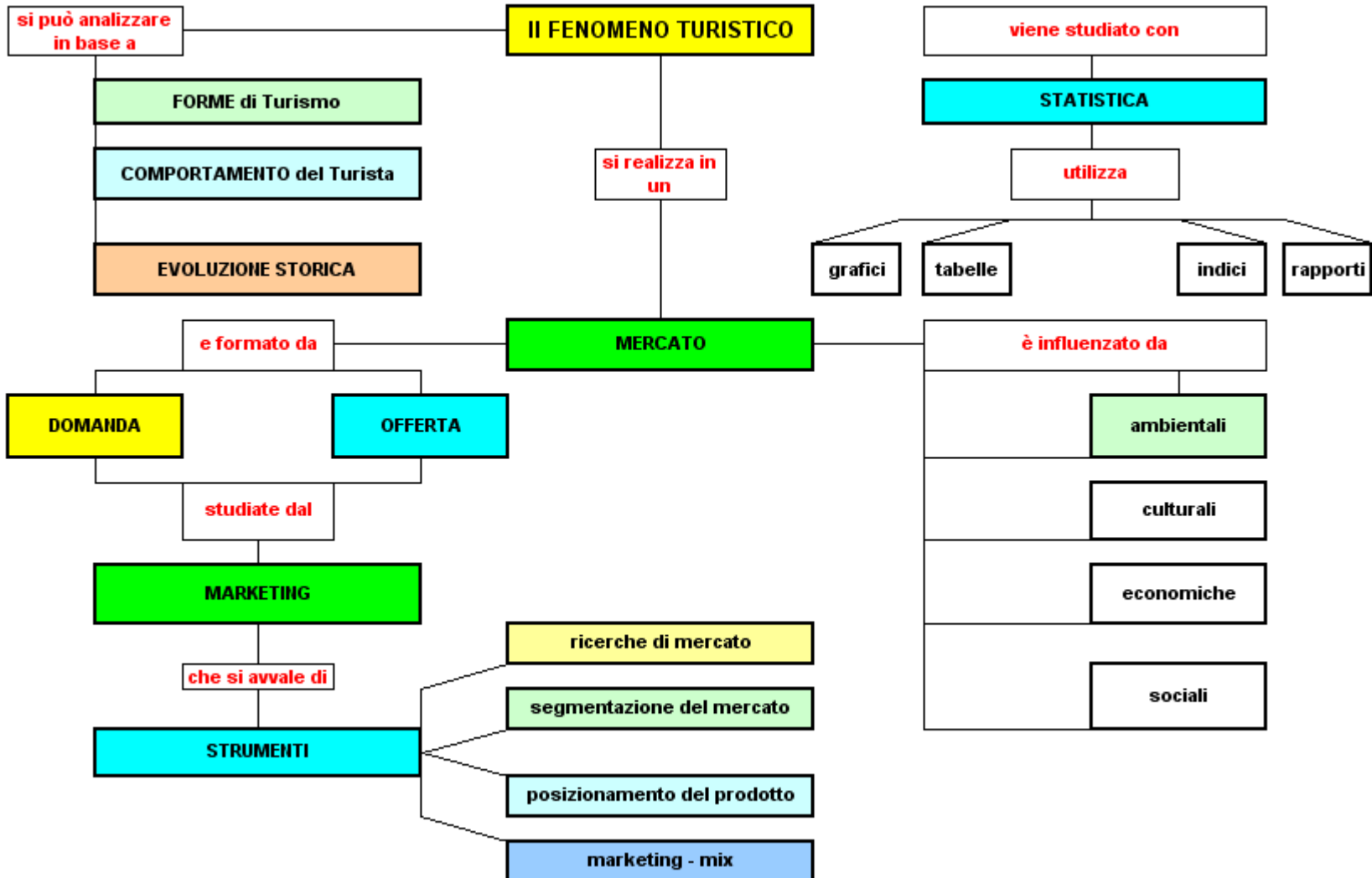
## Rigidità

L'offerta turistica è sostanzialmente rigida, nel senso che non può adeguarsi nel breve periodo ai mutamenti della domanda. Le camere di un albergo, i posti in aereo o in treno non possono essere facilmente rapidamente aumentati al di là della capacità produttiva massima originariamente prevista.

## Complessità

Un'altra caratteristica dell'offerta è la sua complessità; il turista che desidera recarsi in vacanza formula infatti una domanda che include una molteplicità di servizi: alloggio, trasporto, visite ed escursione, attività di svago, ecc.. A fronte di una domanda unitaria, l'offerta è complessa perchè richiede la partecipazione di più di un'impresa per erogare tutti i servizi di cui il turista necessita.

# IL FENOMENO TURISTICO

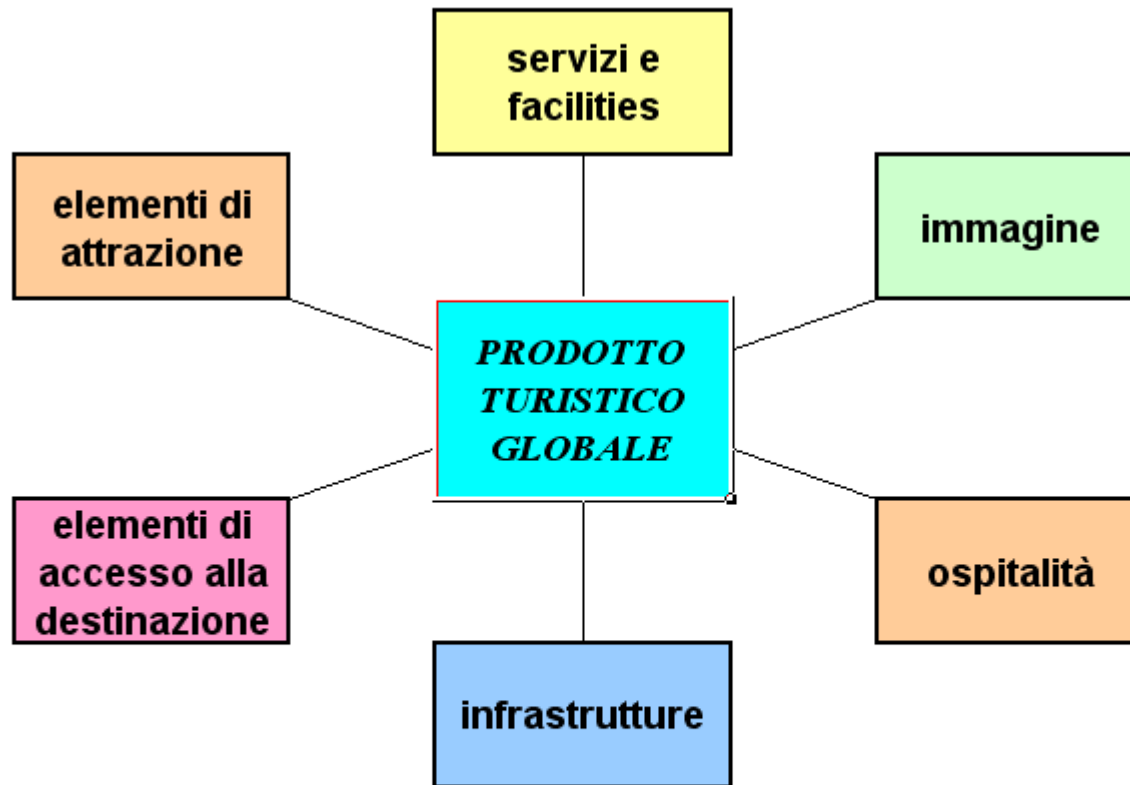


# II SETTORE TURISTICO, ALBERGHIERO & RISTORATIVO



il **SETTORE** è formato dall'insieme delle aziende che producono un determinato bene e/o servizio

# IL PRODOTTO TURISTICO GLOBALE

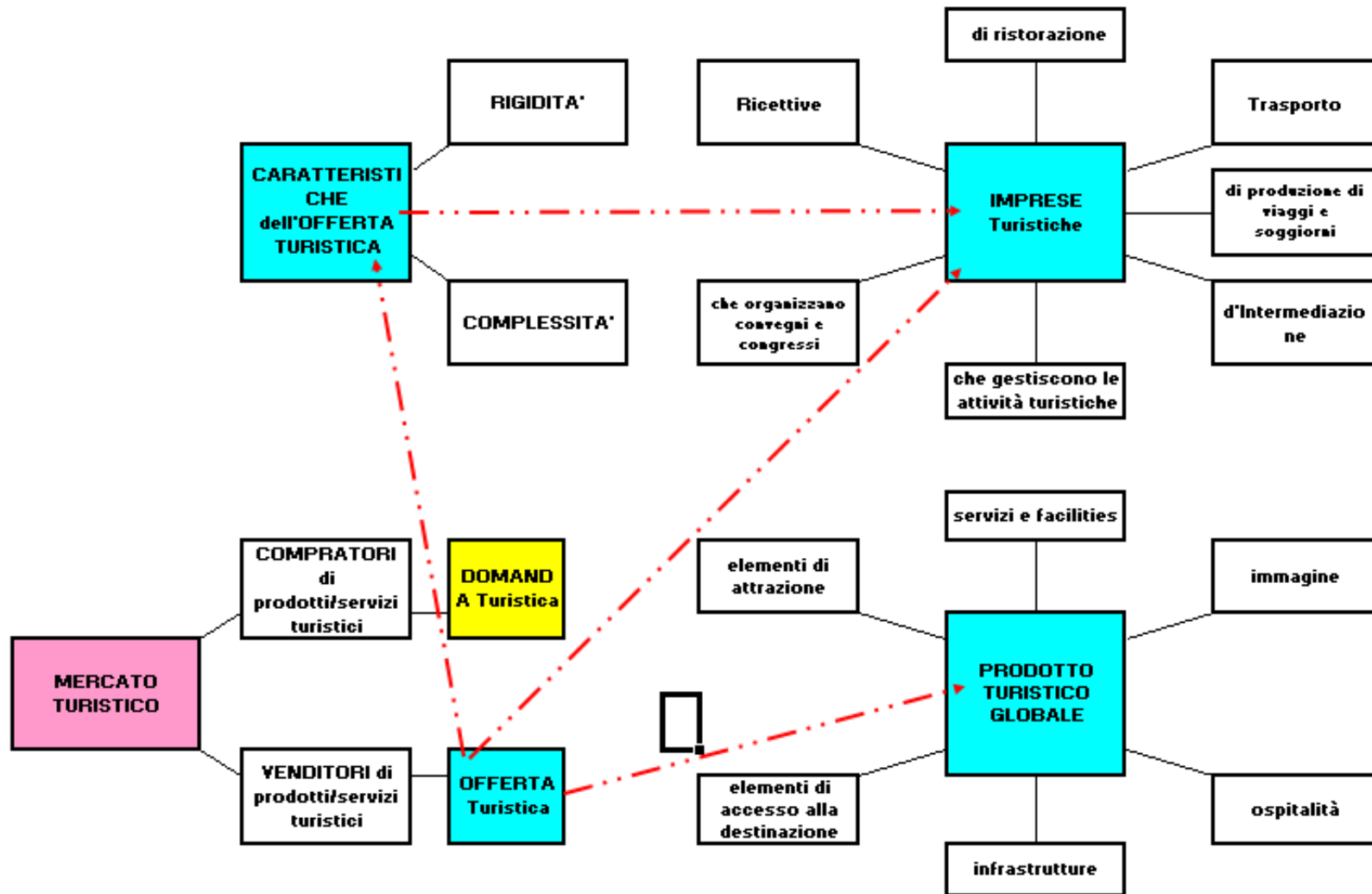


Prodotto Turistico GLOBALE	quello percepito dal turista, che rappresenta l'esperienza complessiva della sua vacanza
----------------------------	--

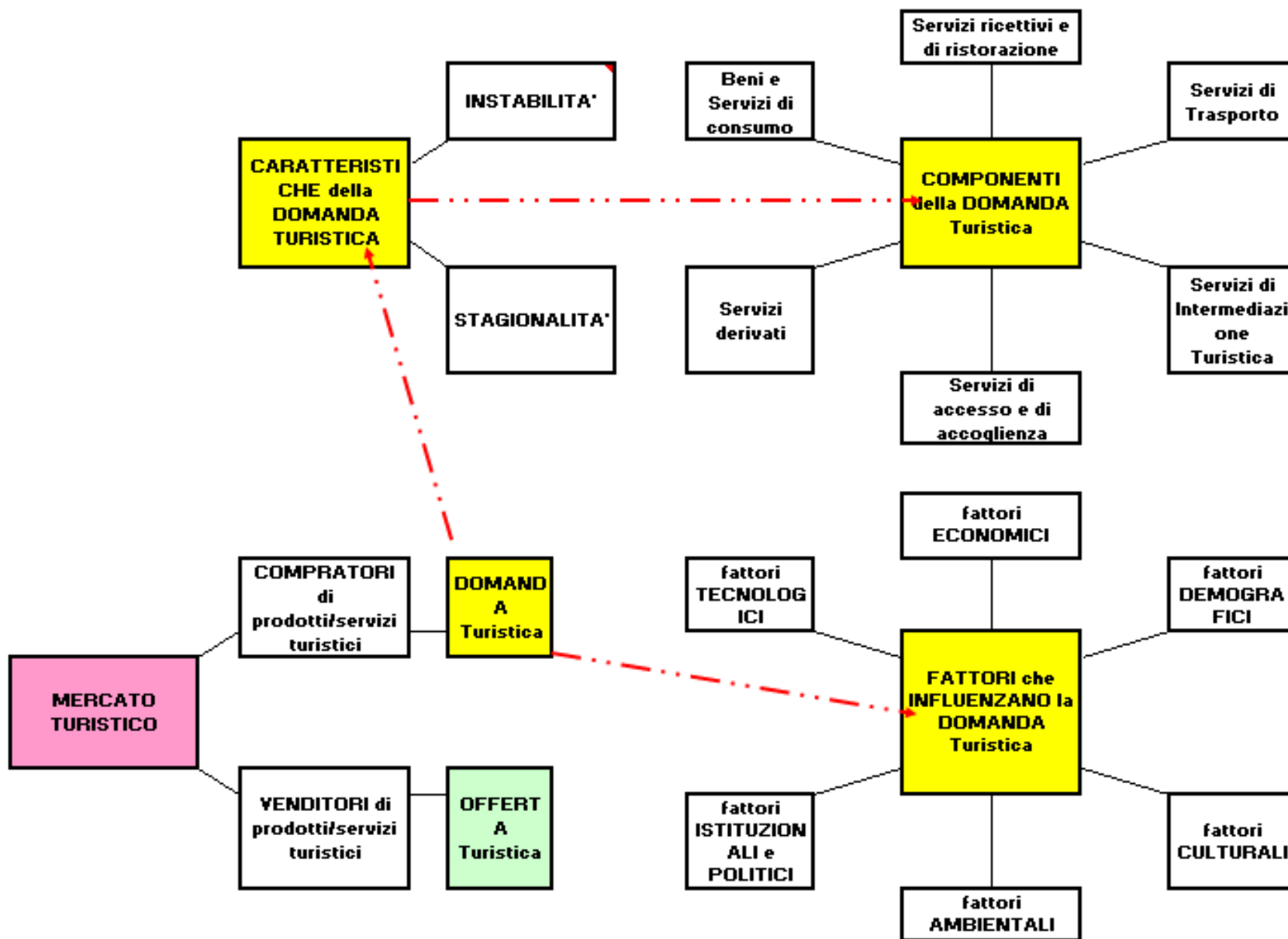
Prodotto Turistico SPECIFICO	che costituisce l'offerta della singola azienda
------------------------------	---

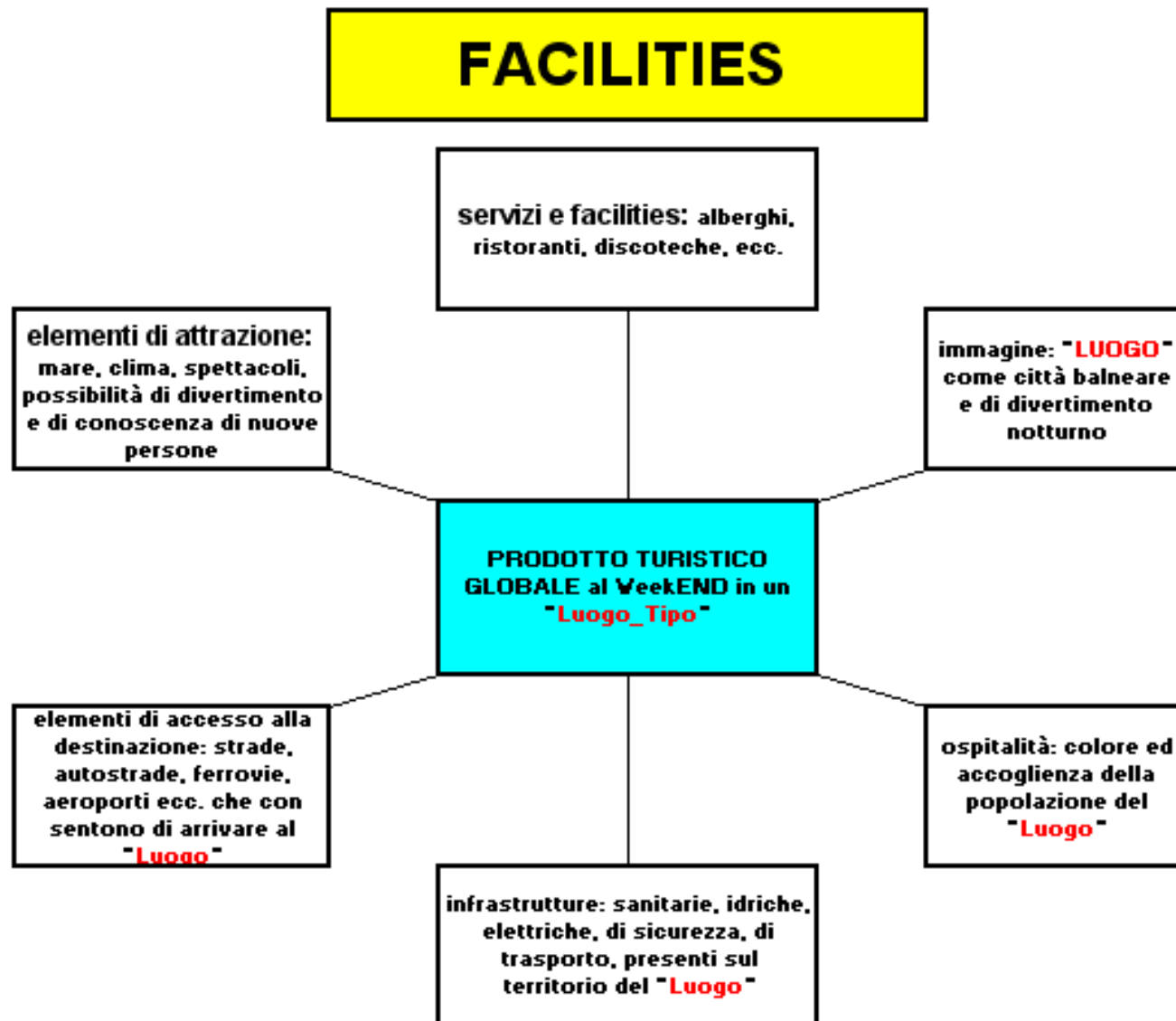
# IL MERCATO TURISTICO

## caratteristiche dell' OFFERTA



# IL MERCATO TURISTICO caratteristiche della **DOMANDA**

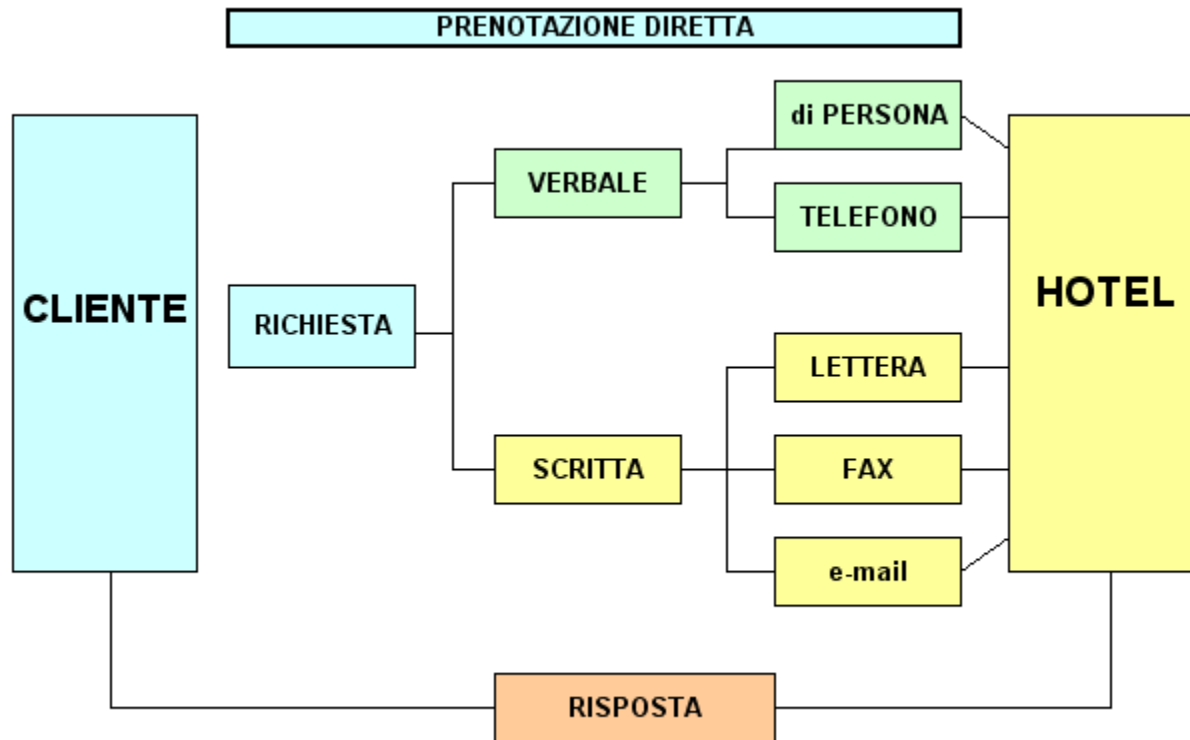




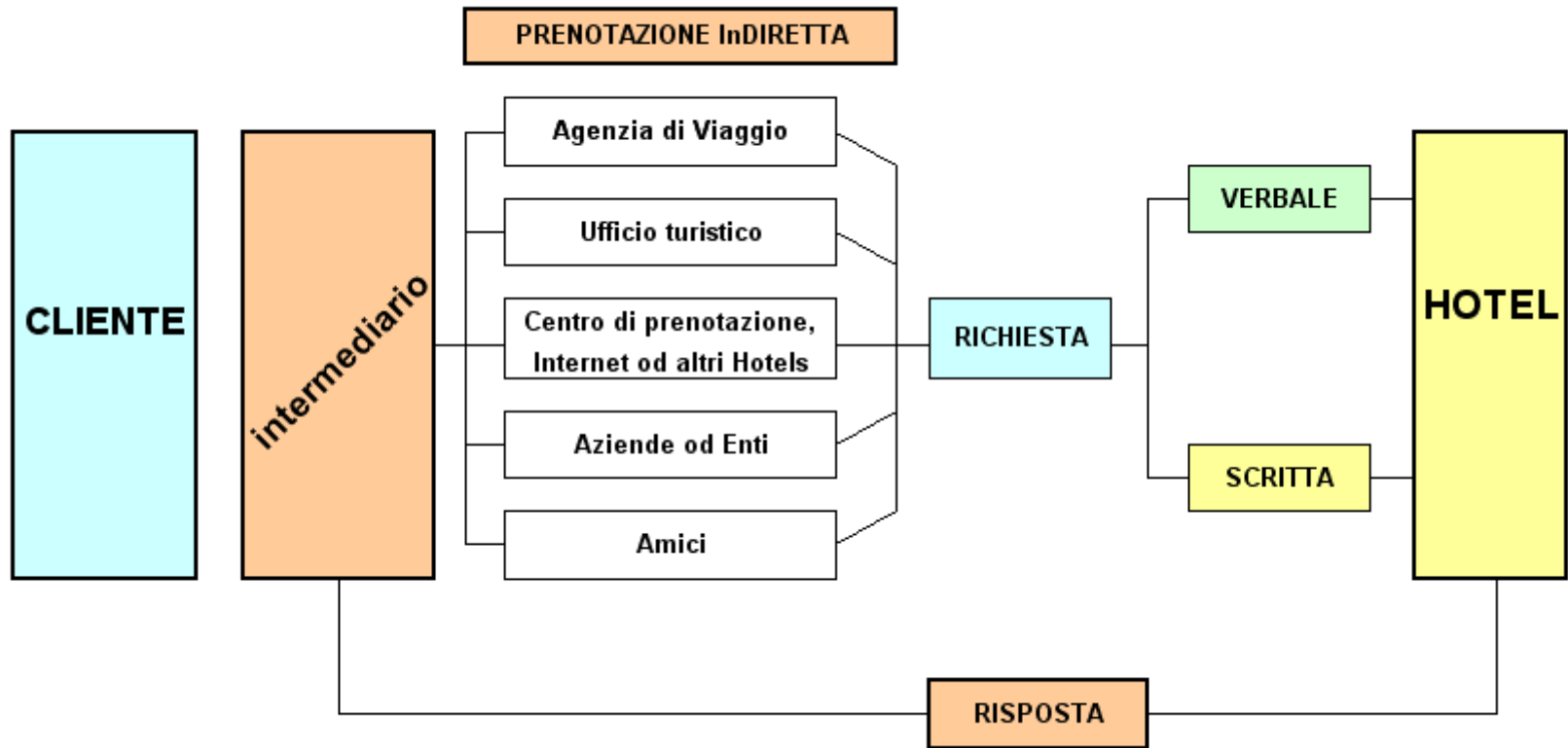
Con il termine **FACILITIES** (attrezzature) si indicano sia le strutture che forniscono alloggio (alberghi, campeggi, residence, seconde case) e ristorazione (ristoranti, fast food, pizzerie, ecc.), sia per le strutture di supporto (supportino facilities), cioè quelle che forniscono al turista i beni ed i servizi di cui necessita durante la vacanza (negozi di souvenir, lavanderie, strutture per lo svago e divertimento, centri di informazione turistica, ecc.)

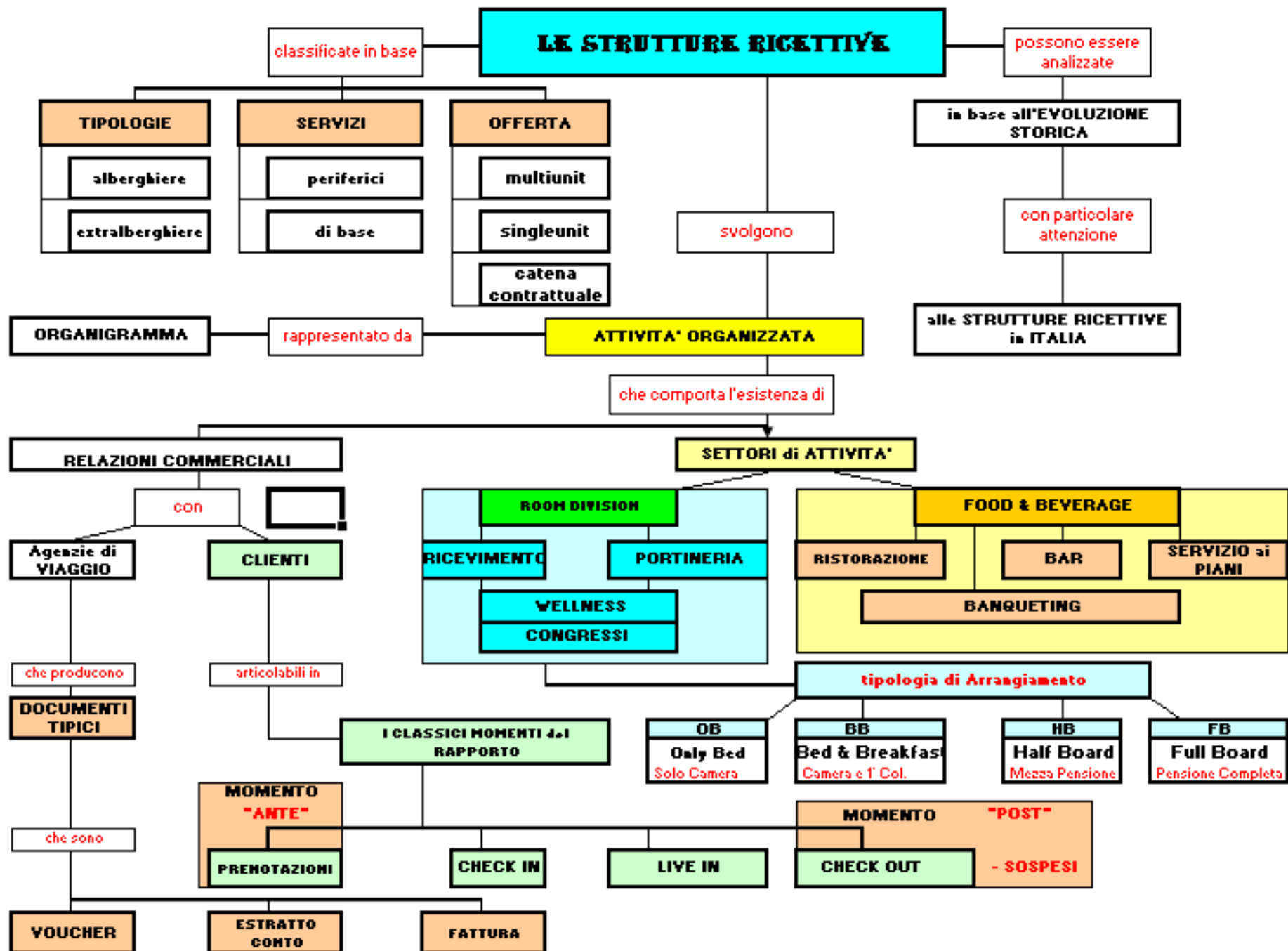


# La PRENOTAZIONE Alberghiera

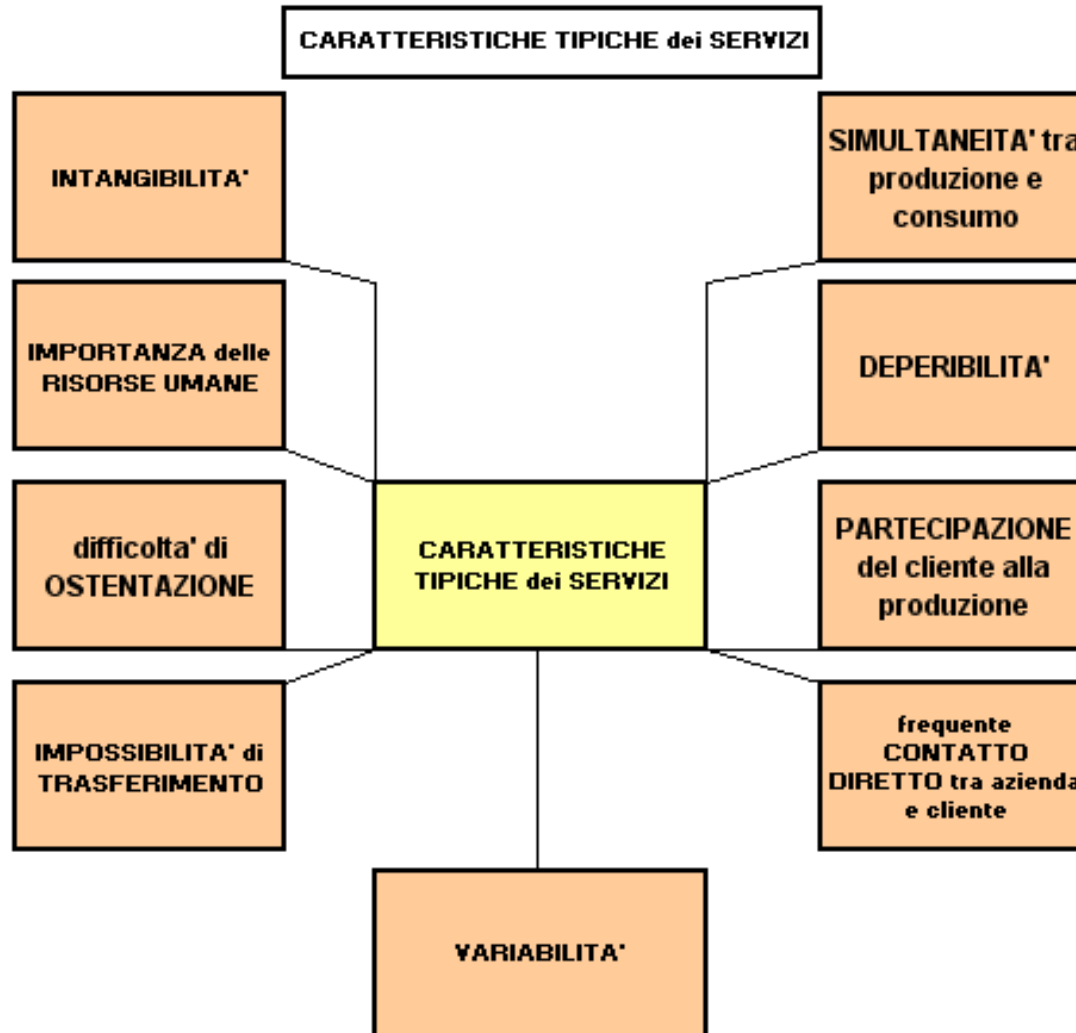


# Le PRENOTAZIONI via TERZI



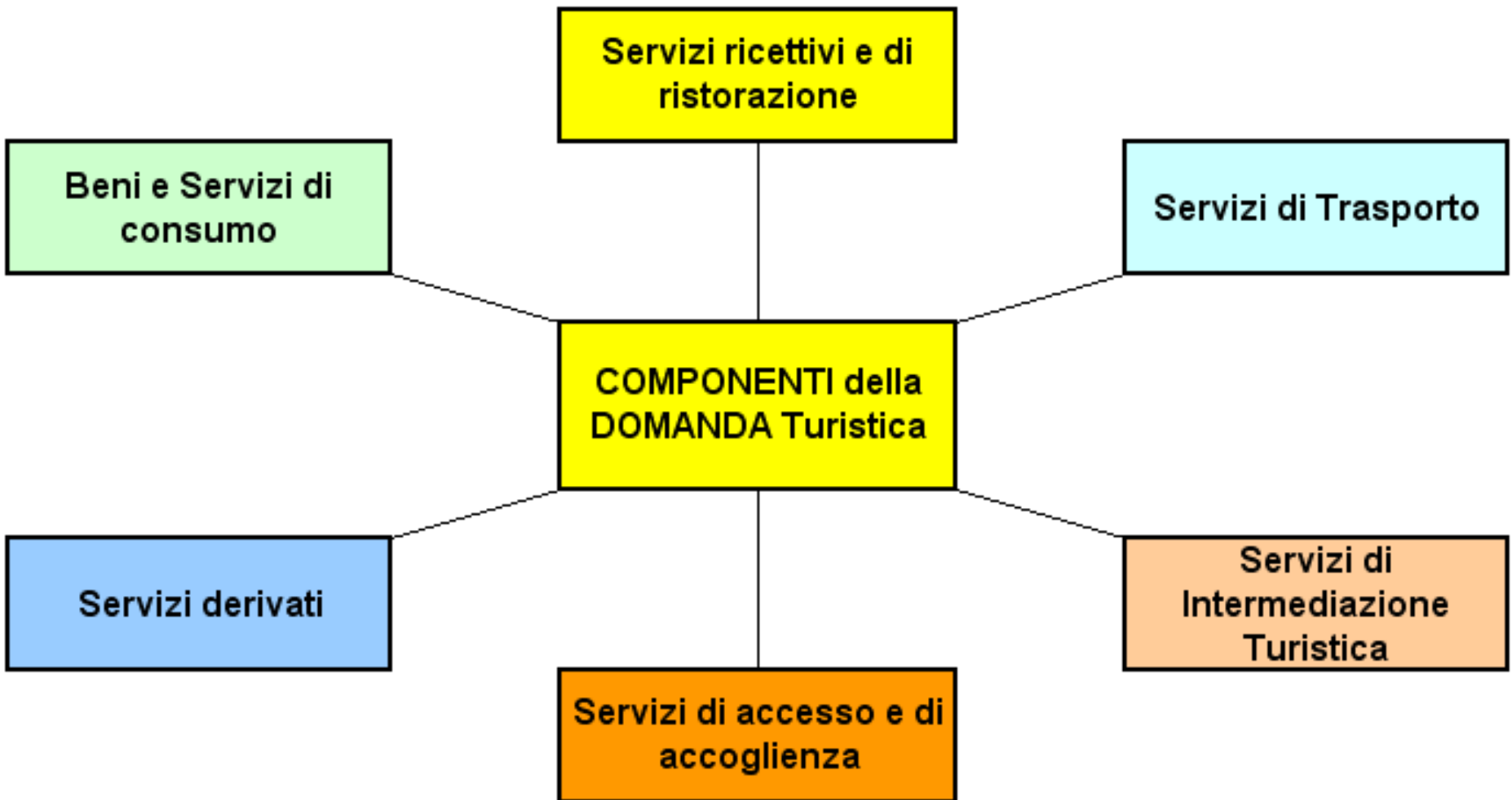


# I SERVIZI



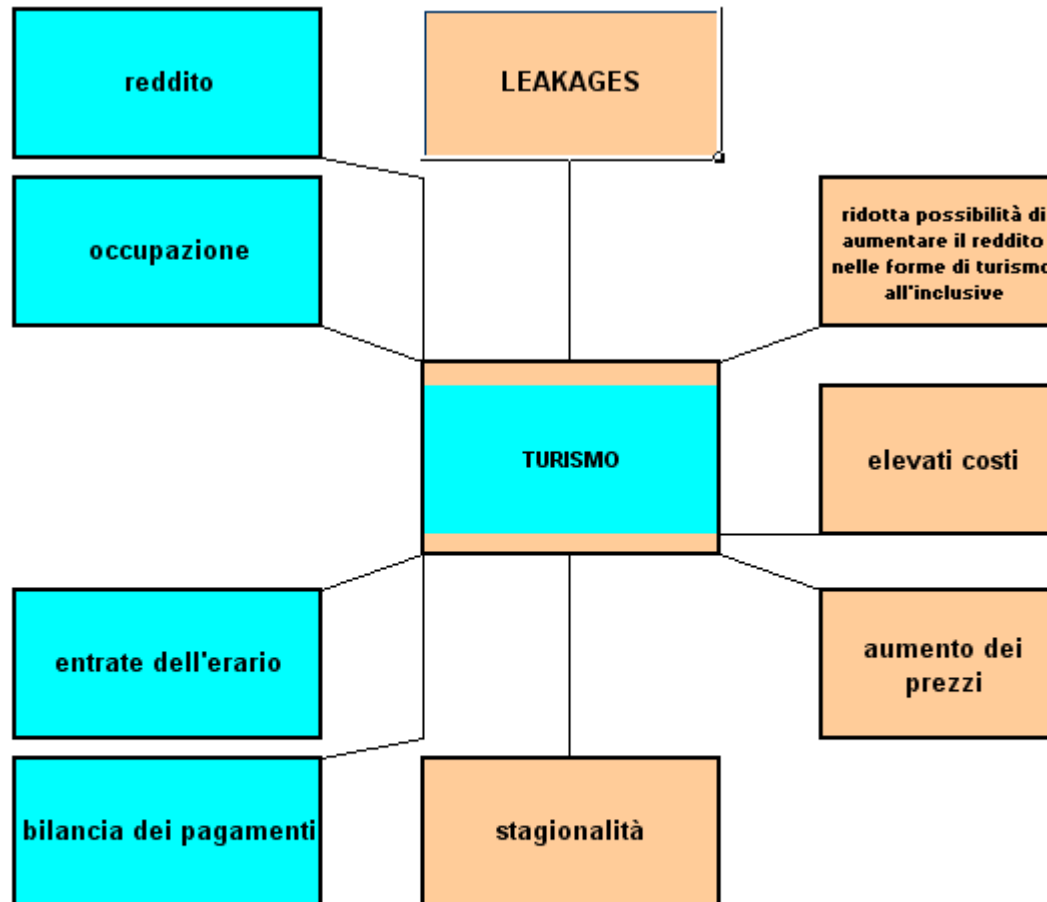
**PROSUMER**

il termine Prosumer deriva dall'unione di due parole: PRODUCER e CONSUMER cioè produttore e consumatore



# il LEAKAGE

è la percentuale del reddito prodotta dal turismo, che lascia il paese.

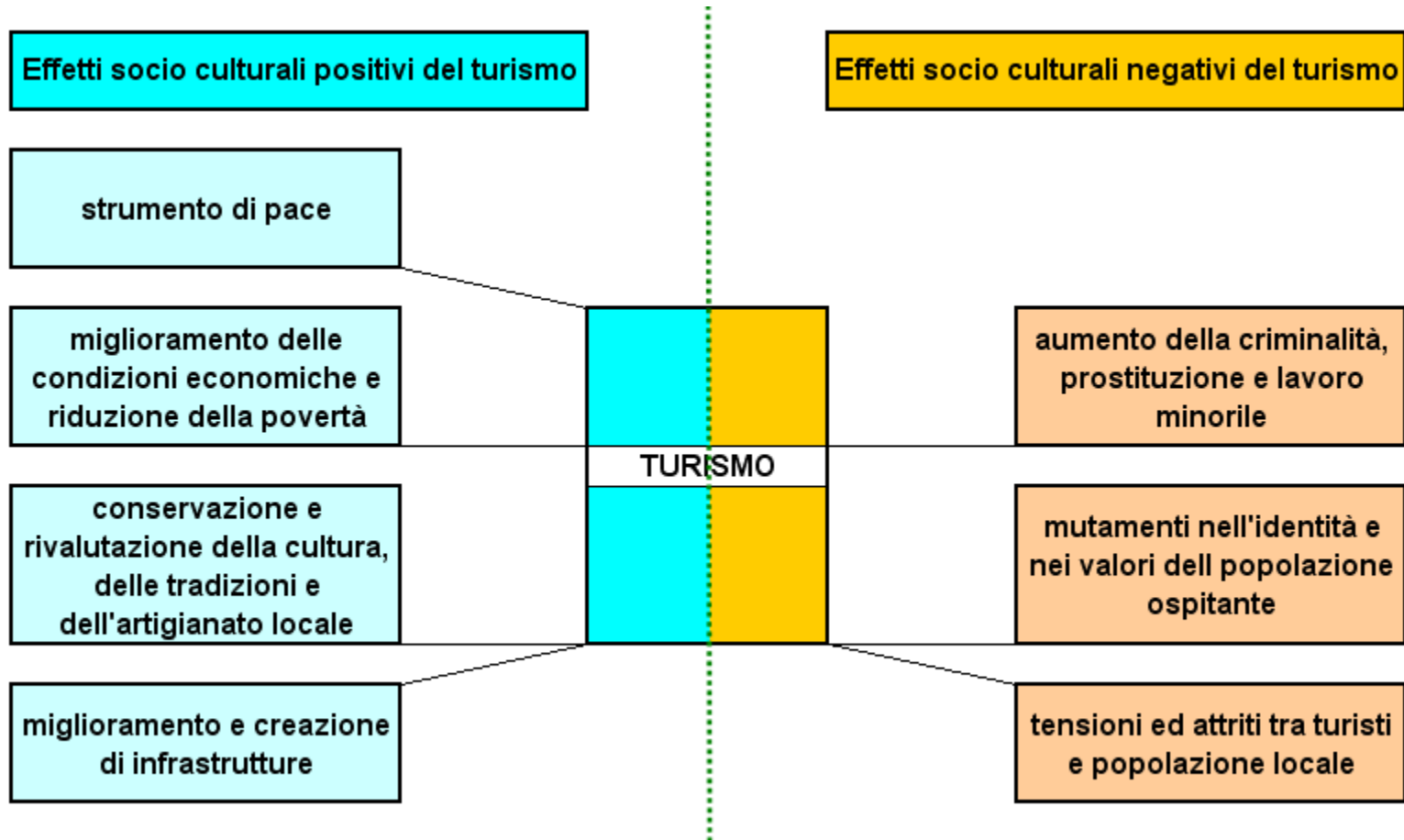


**Leakage** il leakage è la percentuale del reddito prodotta dal turismo, che lascia il paese.

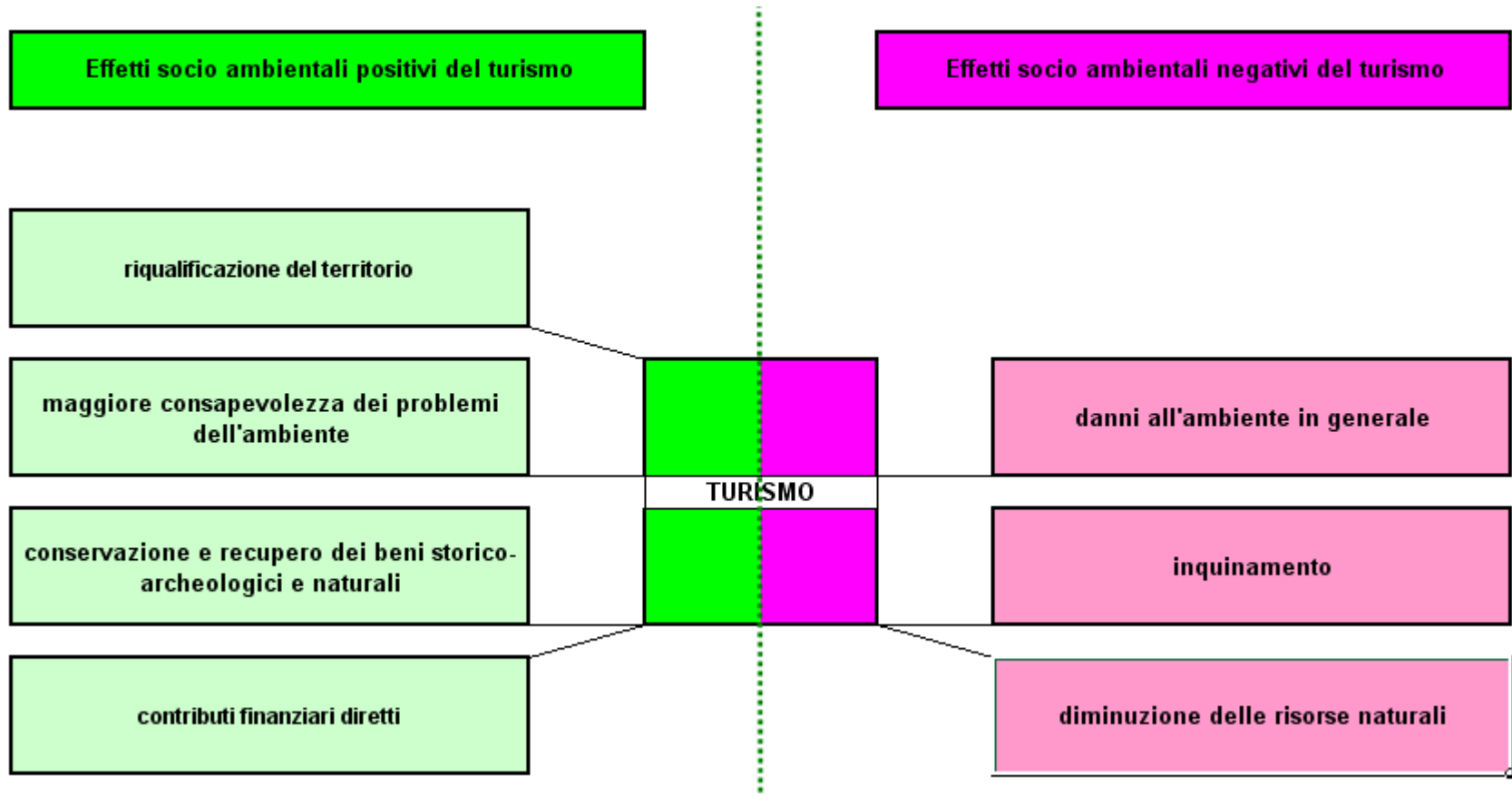
*Alcuni studi hanno dimostrato che nei Caraibi appena più di un terzo dei soldi spesi dai turisti rimane nella regione e che in Thailandia circa il 70% della spesa dei turisti lascia il paese a favore di imprese straniere*

# VANTAGGI <> SVANTAGGI

## socio **CULTURALI** del Turismo

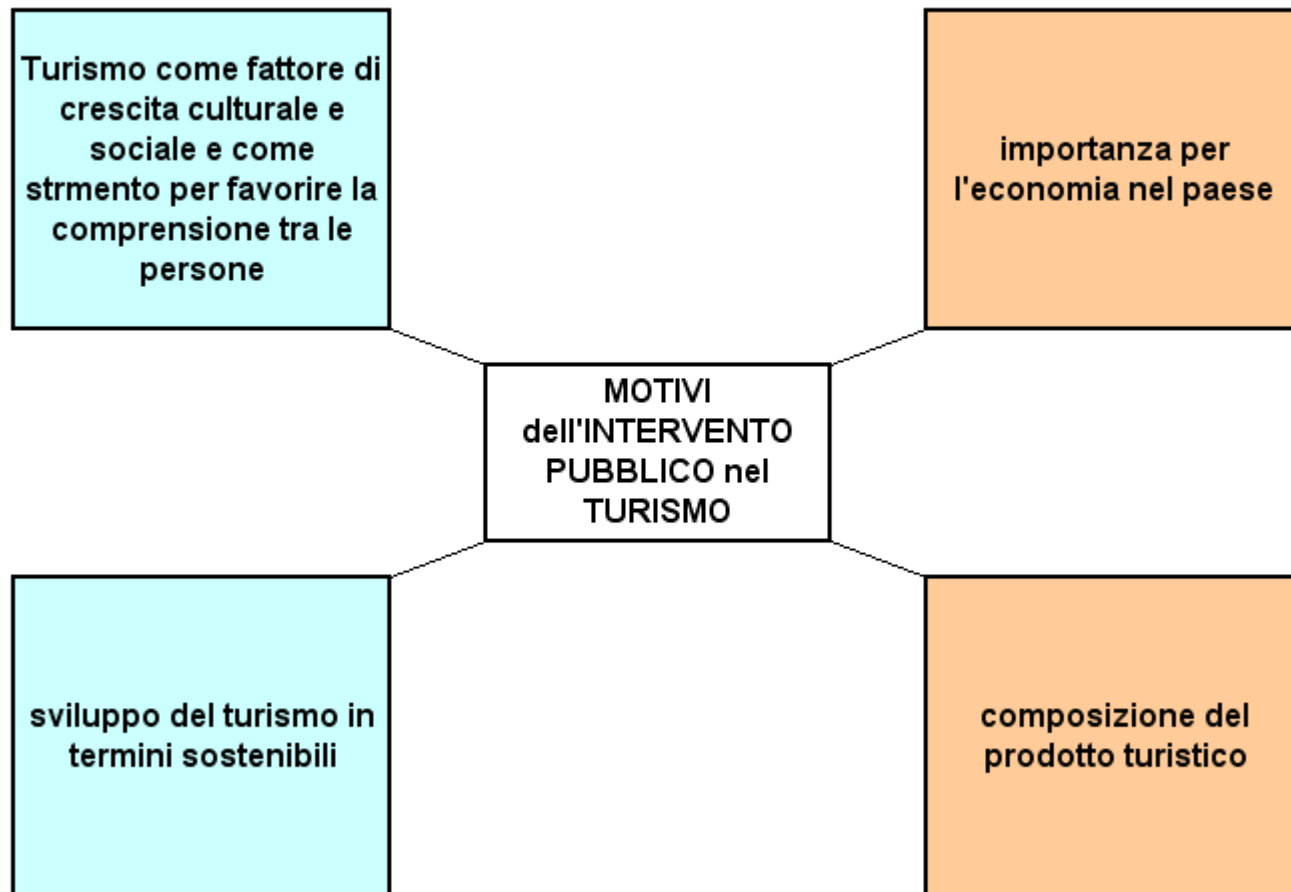


# VANTAGGI <> SVANTAGGI SOCIO AMBIENTALI del Turismo





# **MOTIVI** dell'intervento PUBBLICO nel TURISMO



# LIVELLI di COMPETENZA

## LIVELLO STATALE

MINISTERO delle ATTIVITA' PRODUTTIVE:  
FUNZIONE d'INDIRIZZO

Enti Pubblici che affiancano l'amministrazione statale: ENIT, ACI, CAI, LNI

l'**ENIT** assumerà la denominazione di **AGENZIA per il TURISMO** potrà operare anche attraverso Società controllate ed alle direttive del **MINISTERO delle Attività Produttive** con rappr.: **Regionali, Associazioni di categoria e Camera del Commercio**

**COMITATO NAZIONALE** Organo chiave della nuova organizz. Tur. per orientar. strat. la pol. turist. **coordinata** Stato-Regioni\_Associazioni di cat. Camera del Commercio, il lavoro operativo dell'Agencia per il Turismo

Accanto all'**Enit-Agenzia** saranno istituiti: 1 **Comitato Tecnico-Consultivo** ed 1 **Osservatorio del settore turistico**

Conferenza nazionale del Turismo

Verifica l'attenzione dei principi statali e li mantiene aggiornati

## LIVELLO REGIONALE

### REGIONI

Hanno tutte le competenze in materia di turismo aa eccezione di quelle riservate all'amministrazione centrale. Riconoscono il ruolo di Province e Comuni: Individuano e promuovono i Sistemi turistici locali coadiuvati da enti privati

## LIVELLO LOCALE

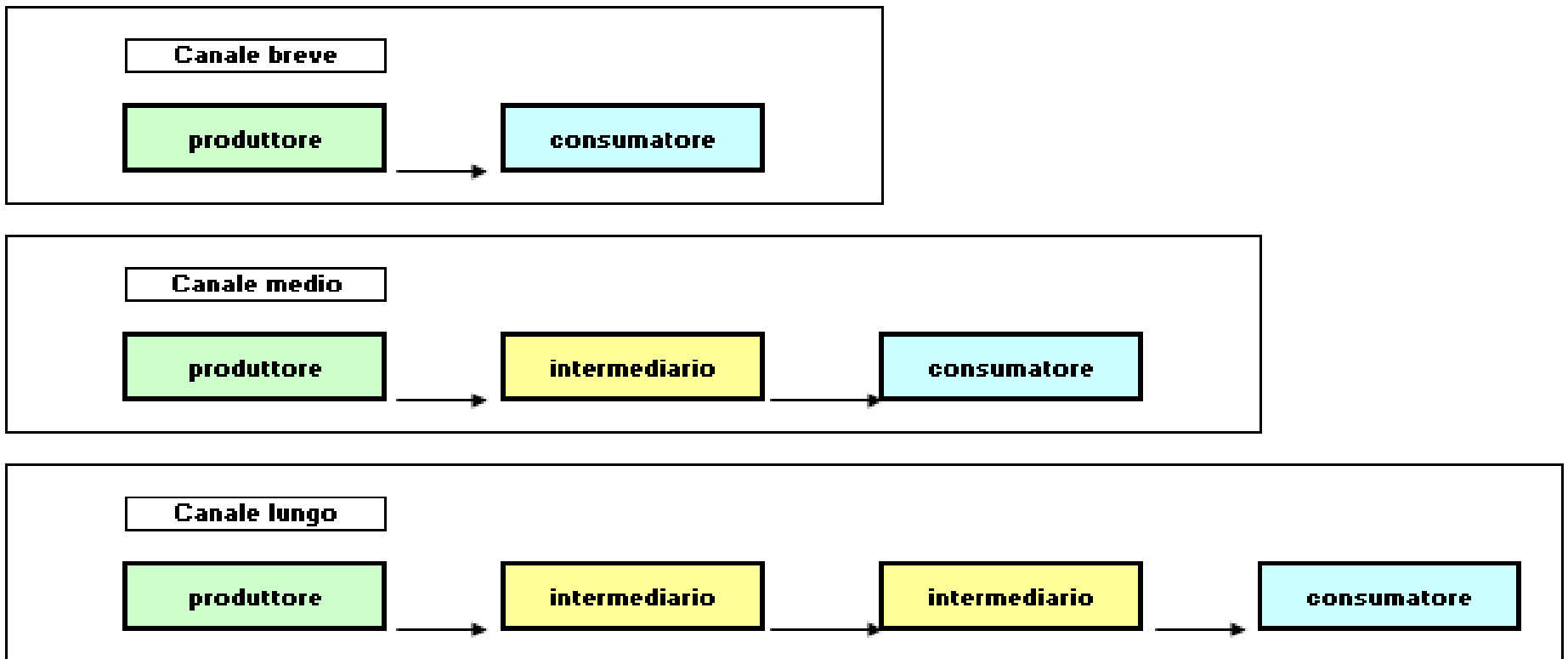
PROVINCE

SISTEMI TURISTICI LOCALI

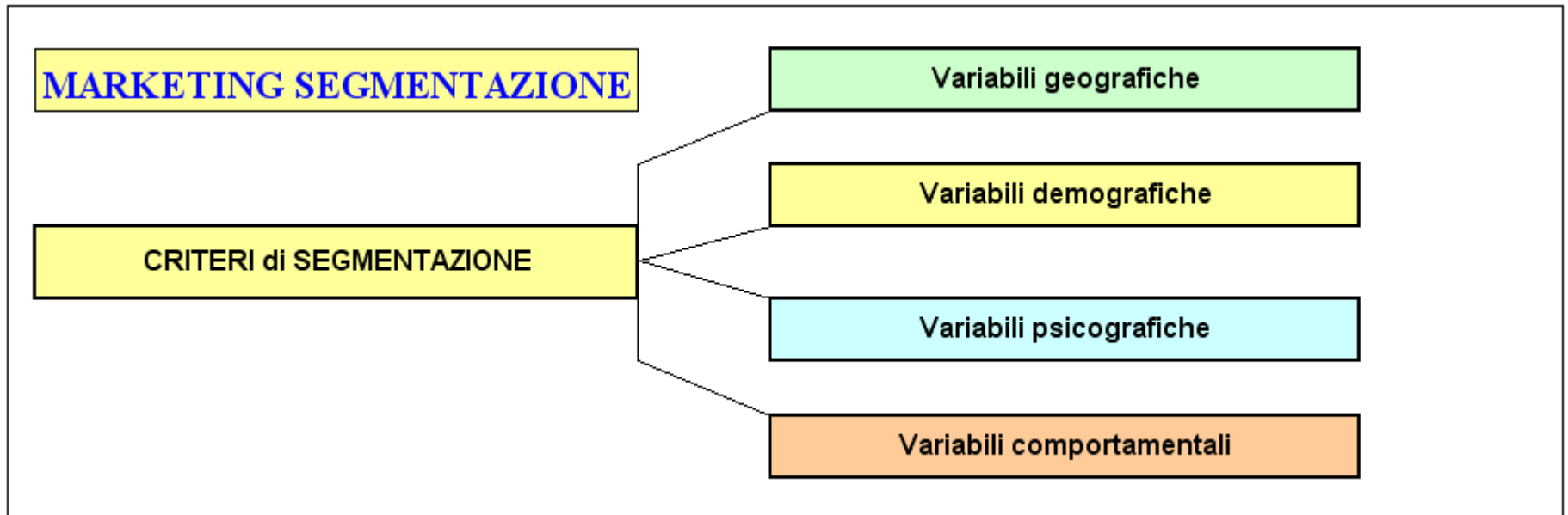
COMUNI

# I **CANALI** di VENDITA del **TURISMO**

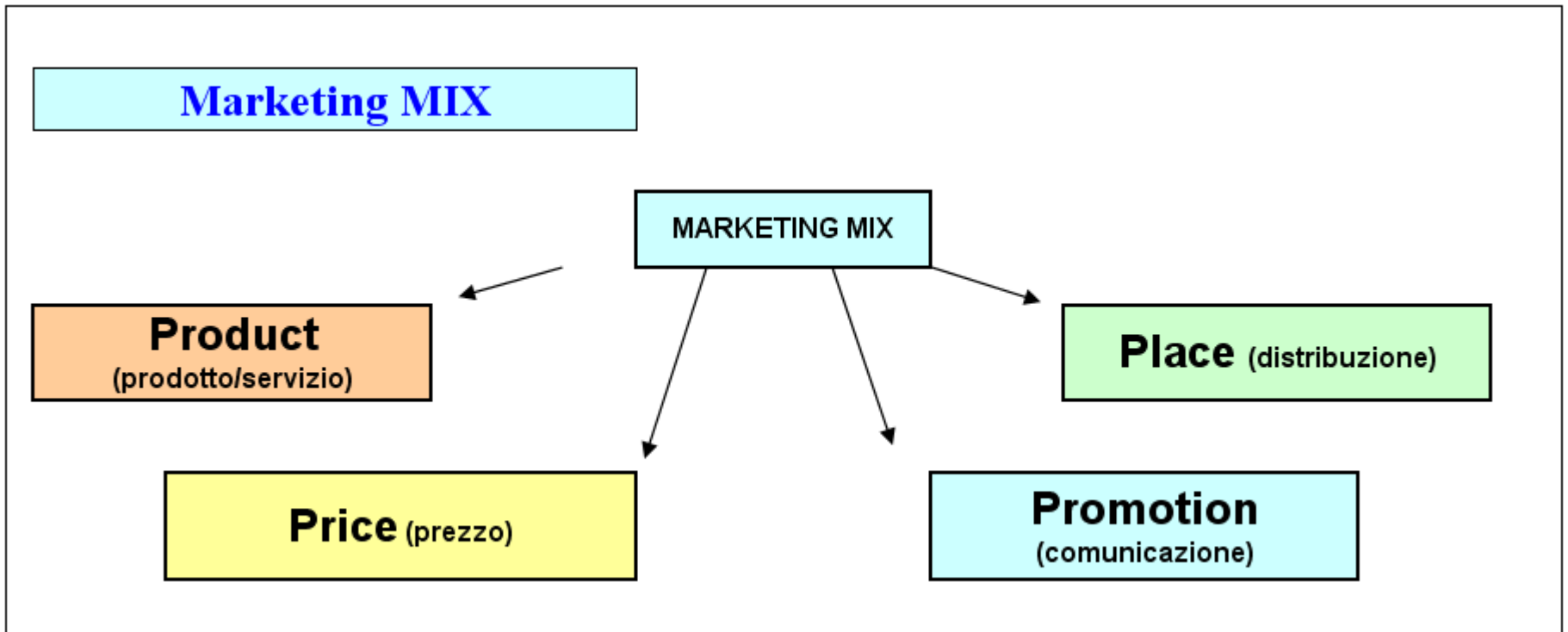
## Canali di vendita



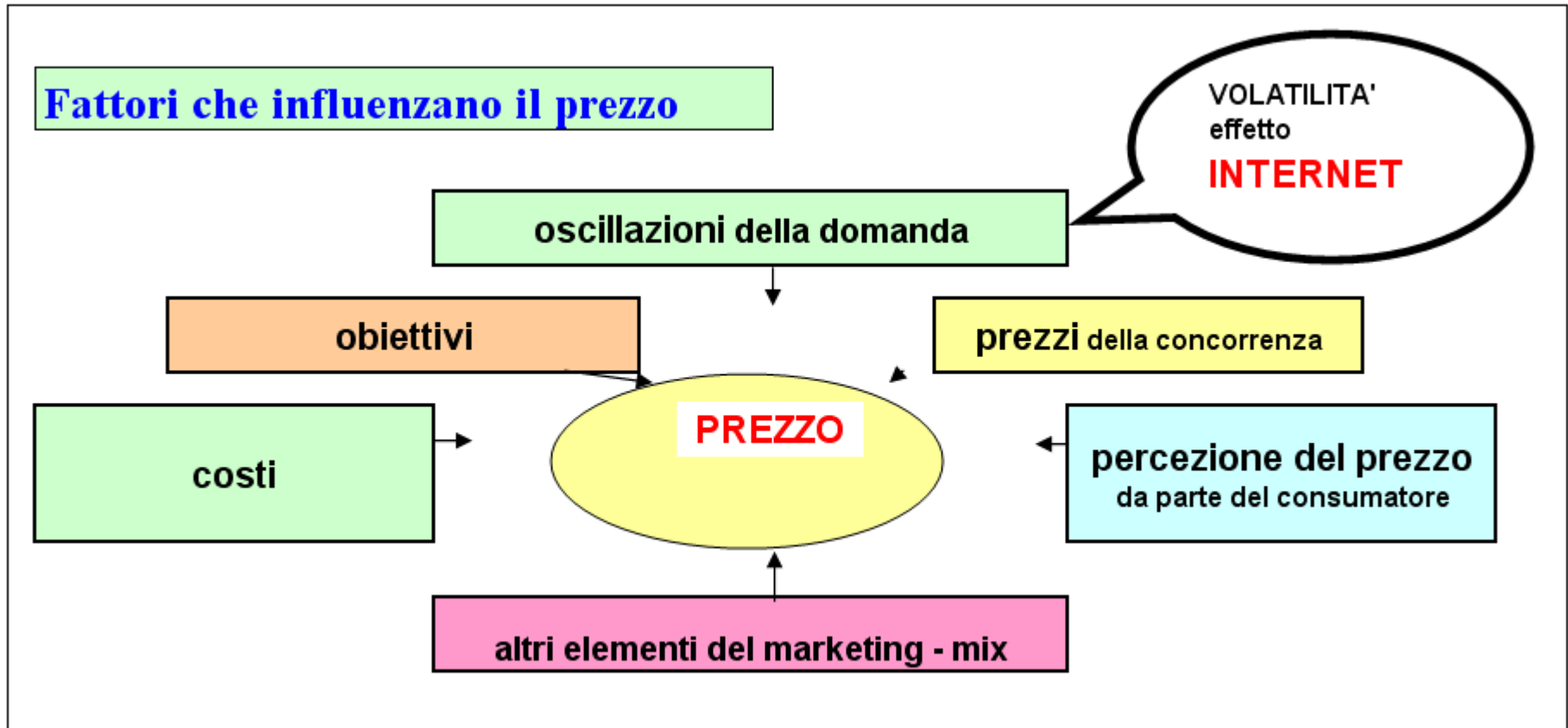
# La **SEGMENTAZIONE** del **MERCATO**



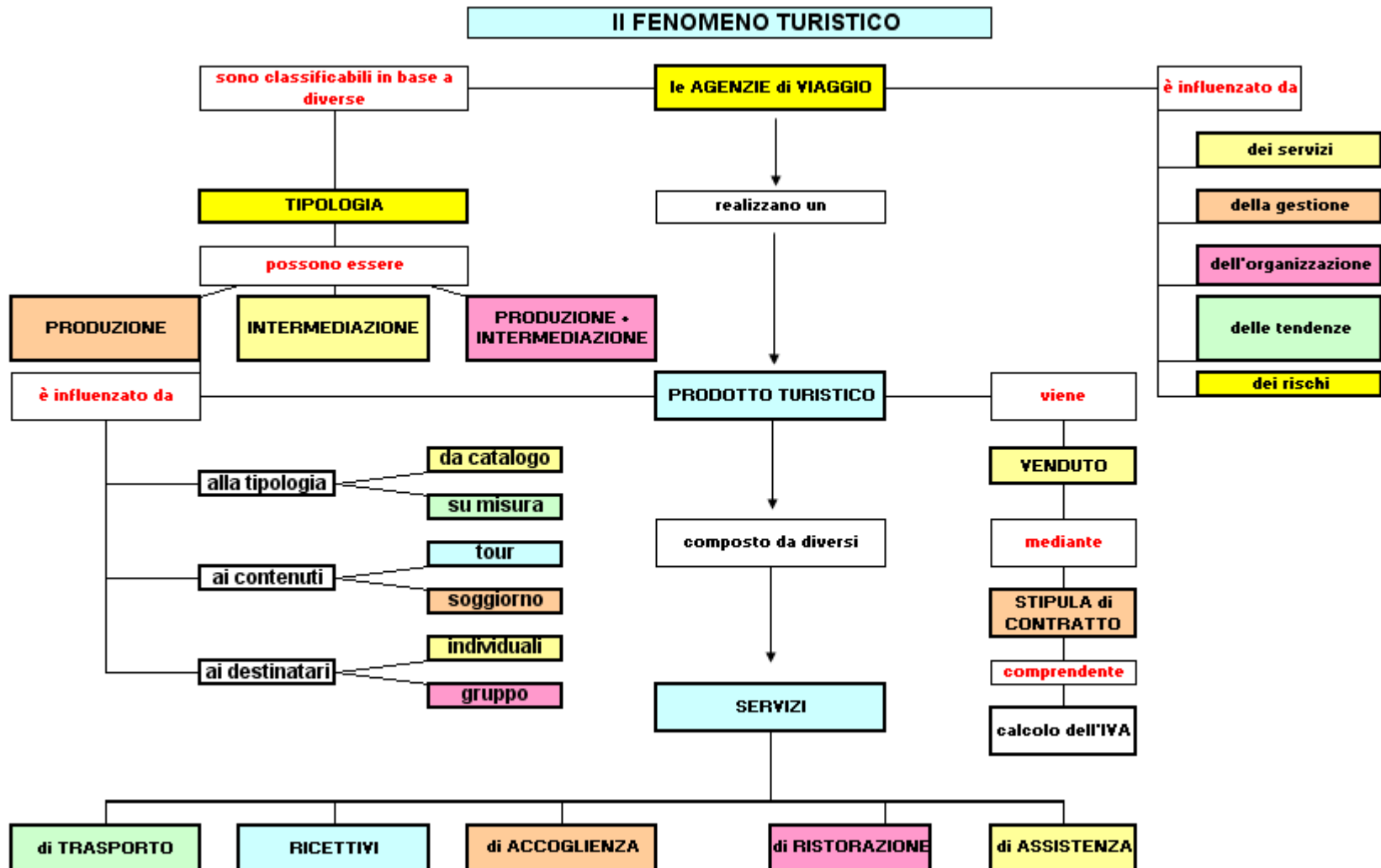
# IL MARKETING MIX



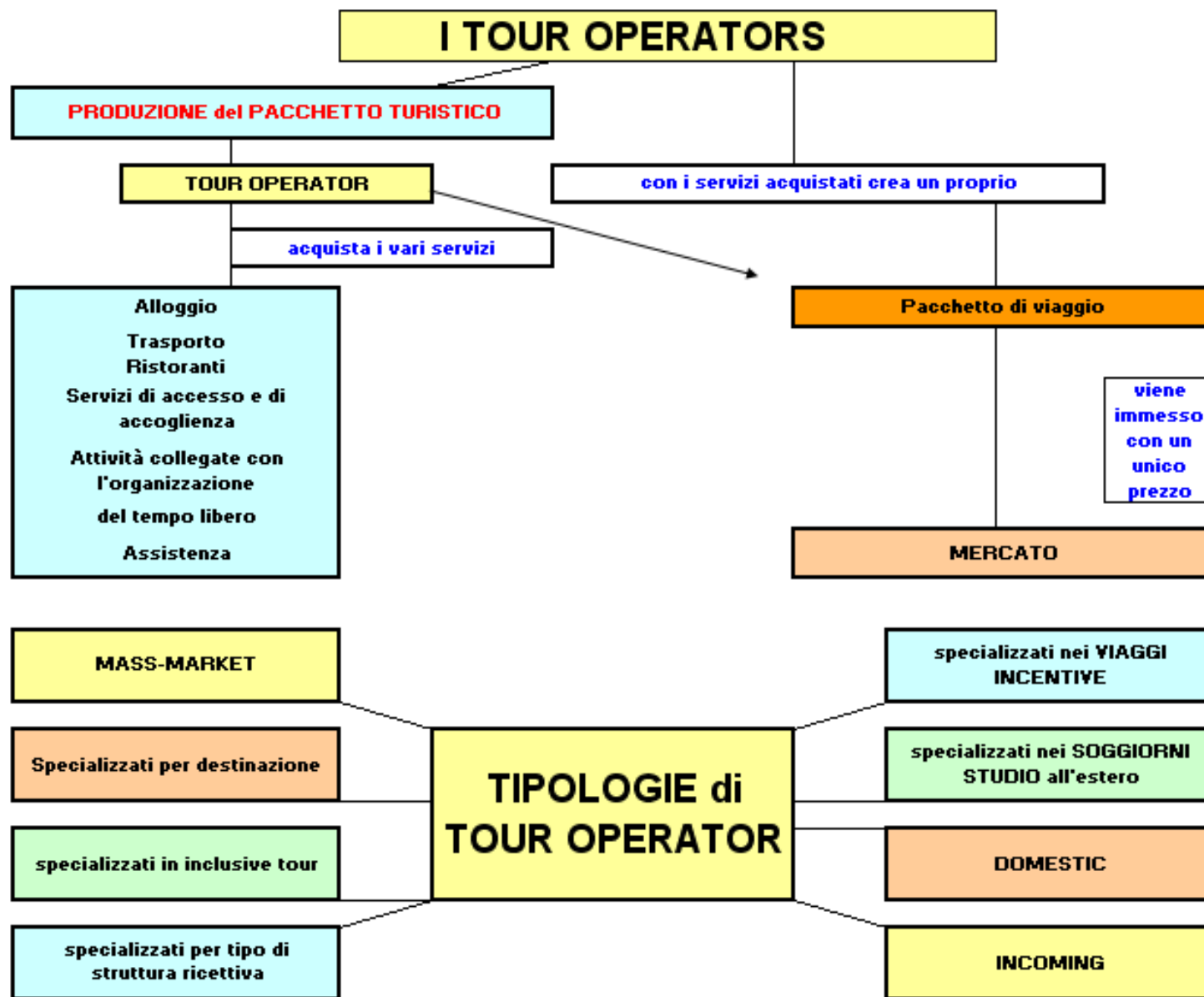
# i Fattori che influenzano i **PREZZI**



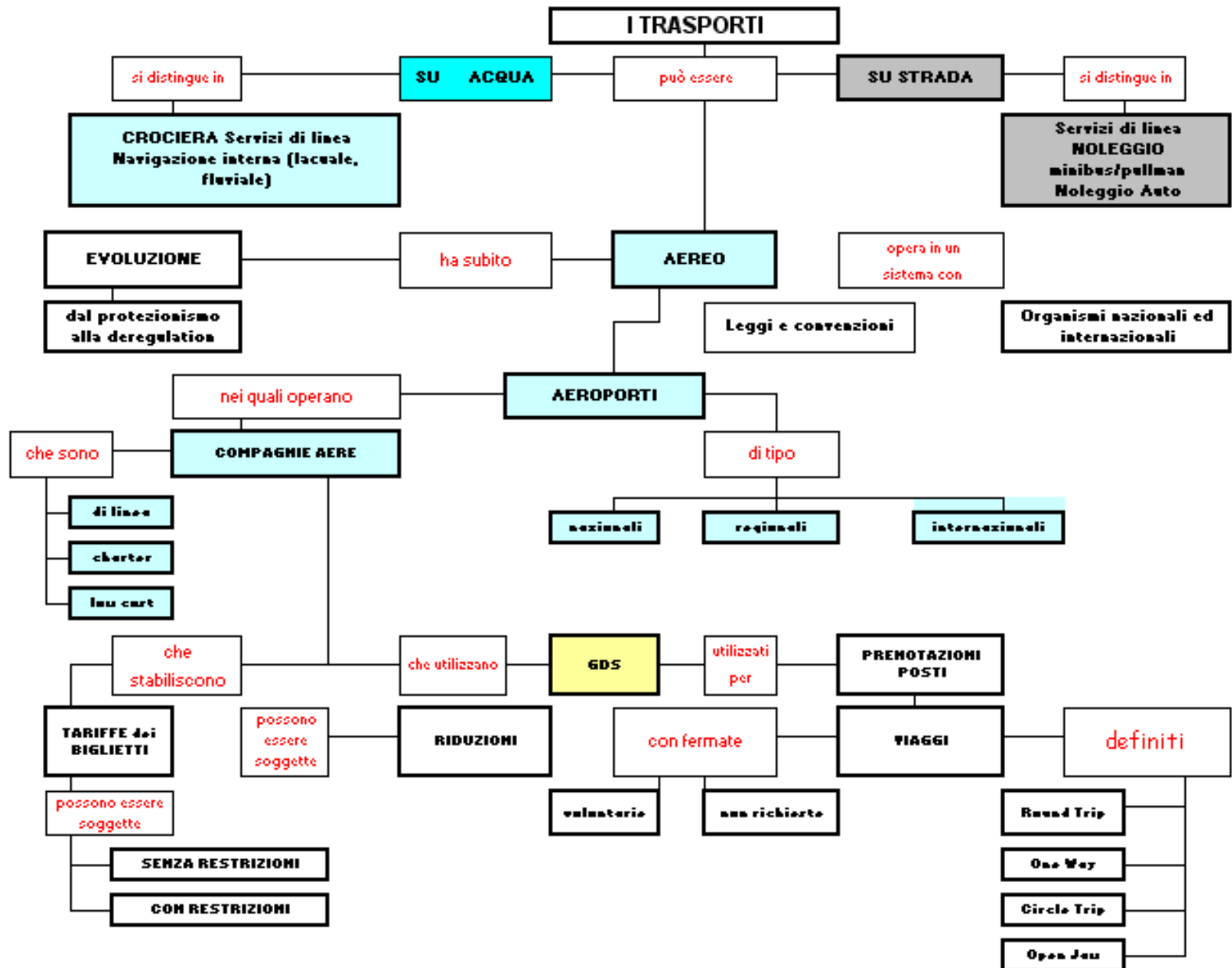
# Gli INTERMEDIARI Le AGENZIE VIAGGIO



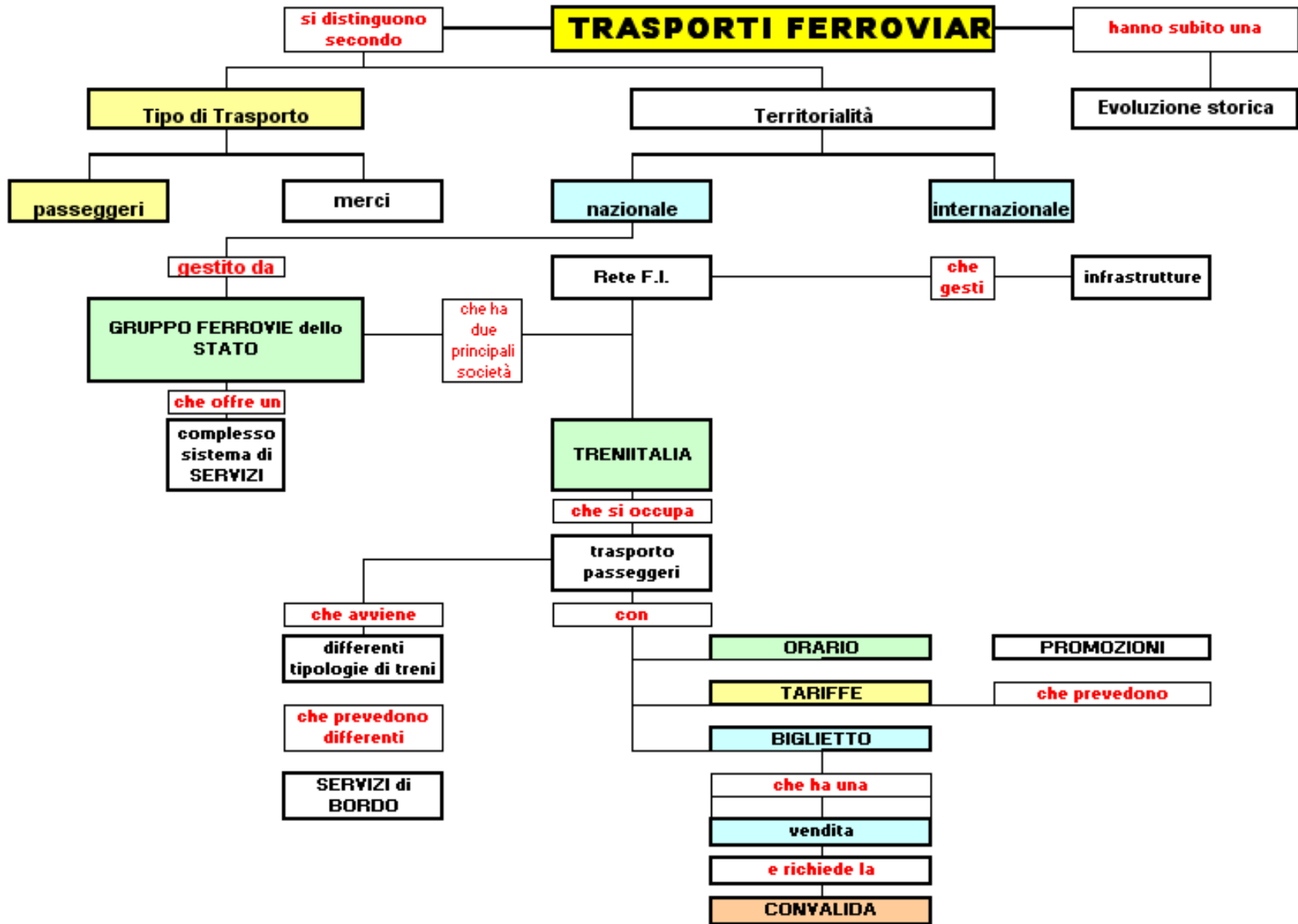
# gli OPERATORI Turistici



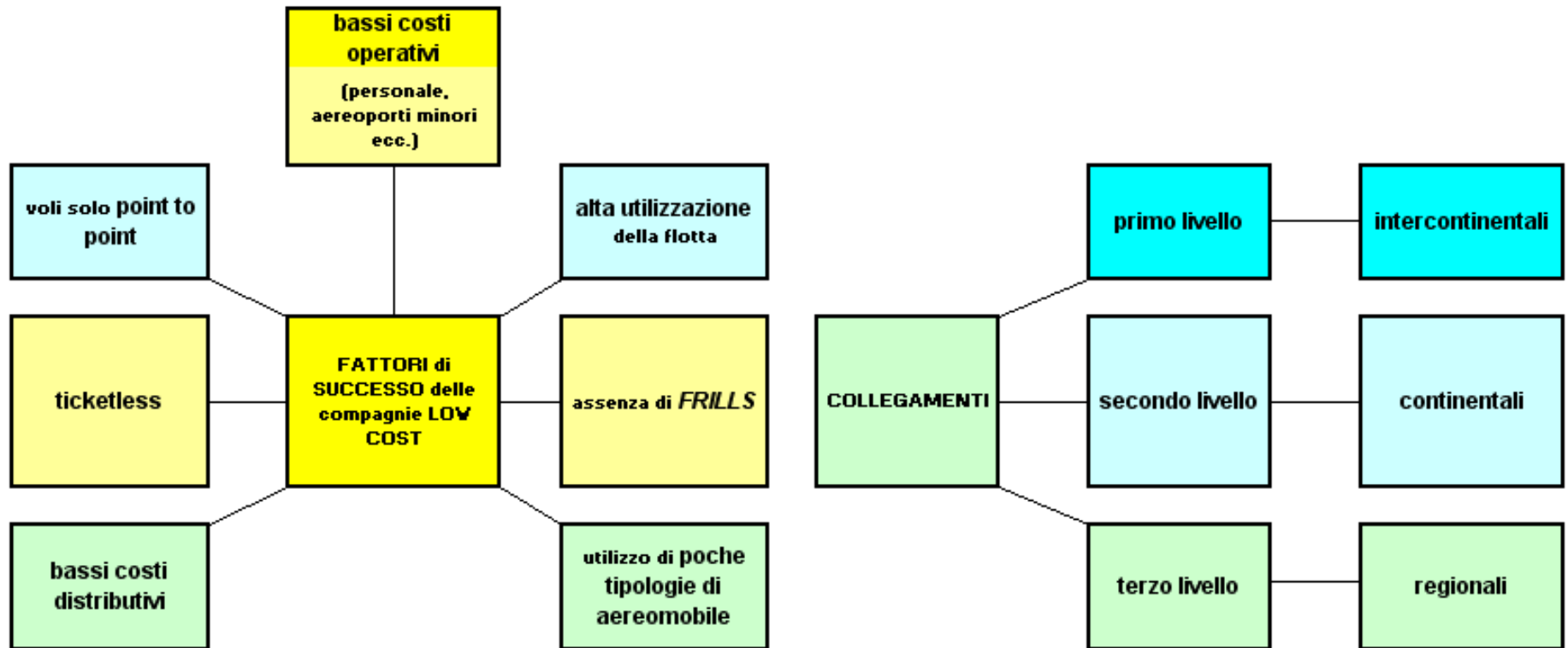




# I TRASPORTI FERROVIARI



# IL FENOMENO del LOW COST nel Trasporto AEREO

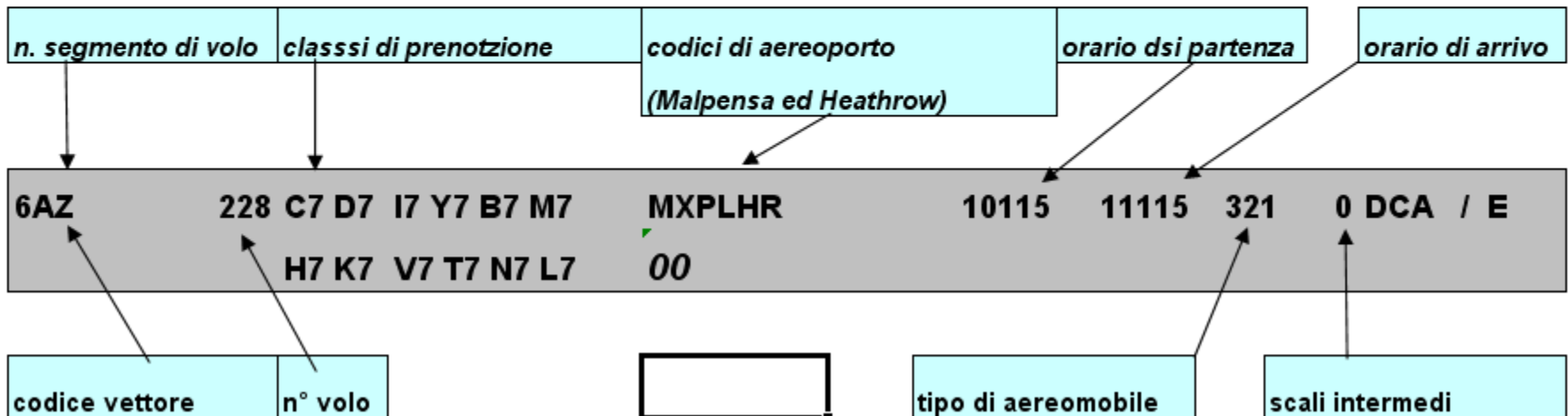


# Nelle Prenotazioni in Video: Come leggere le informazioni di un segmento di **Volo**

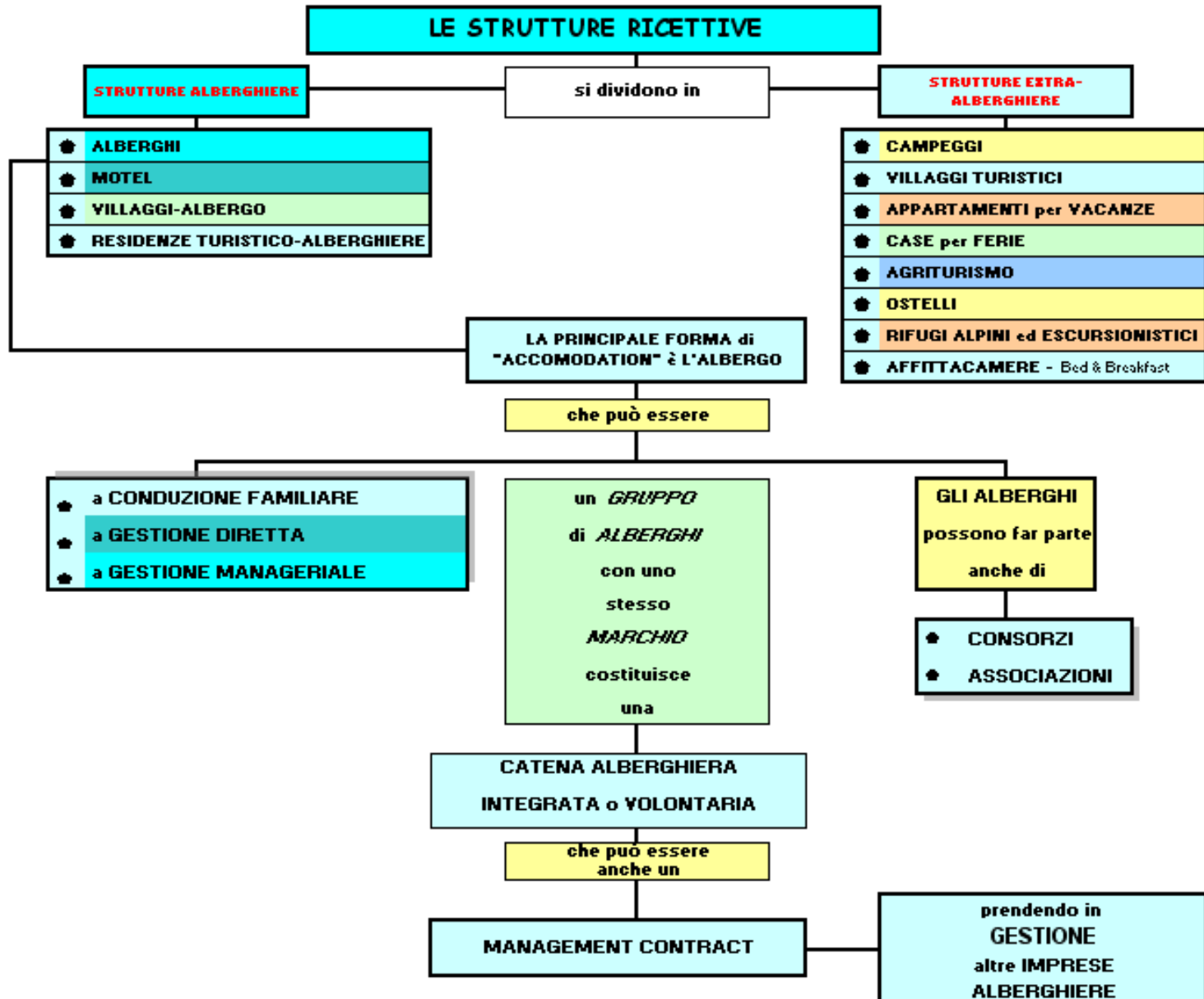
**I voli possono essere:** - diretti non-stop (0) - diretti con stop (1,2,3 ecc. indicanti i numeri di scali intermedi)

1	<data>	<codice città di partenza>	<codice città d'arrivo>
1	20-mar	MIL	LON
dimmi i voli	data	codice città partenza	c.c. arrivo

**come leggere le informazioni di segmento di un volo**

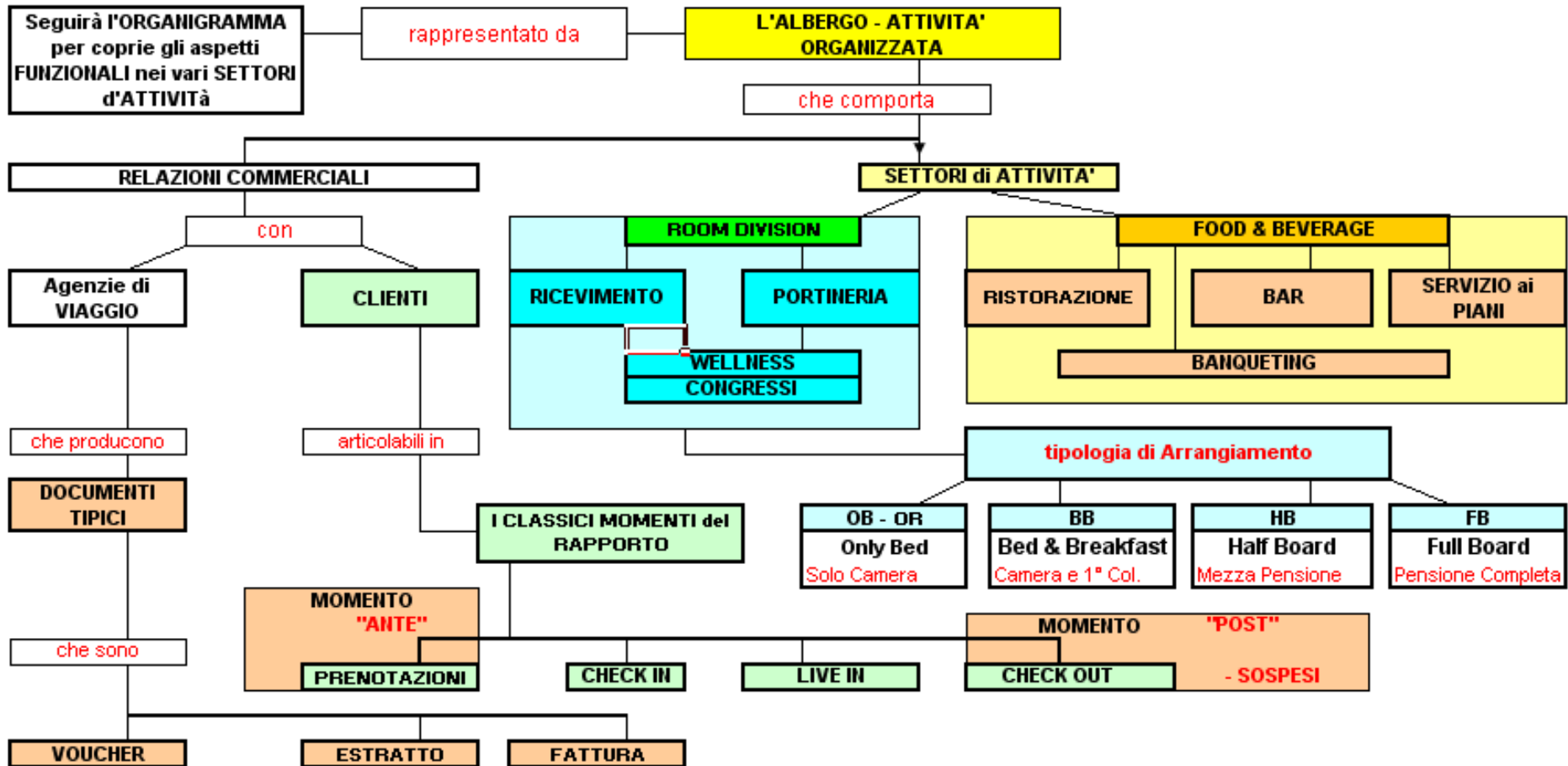


# Facilities

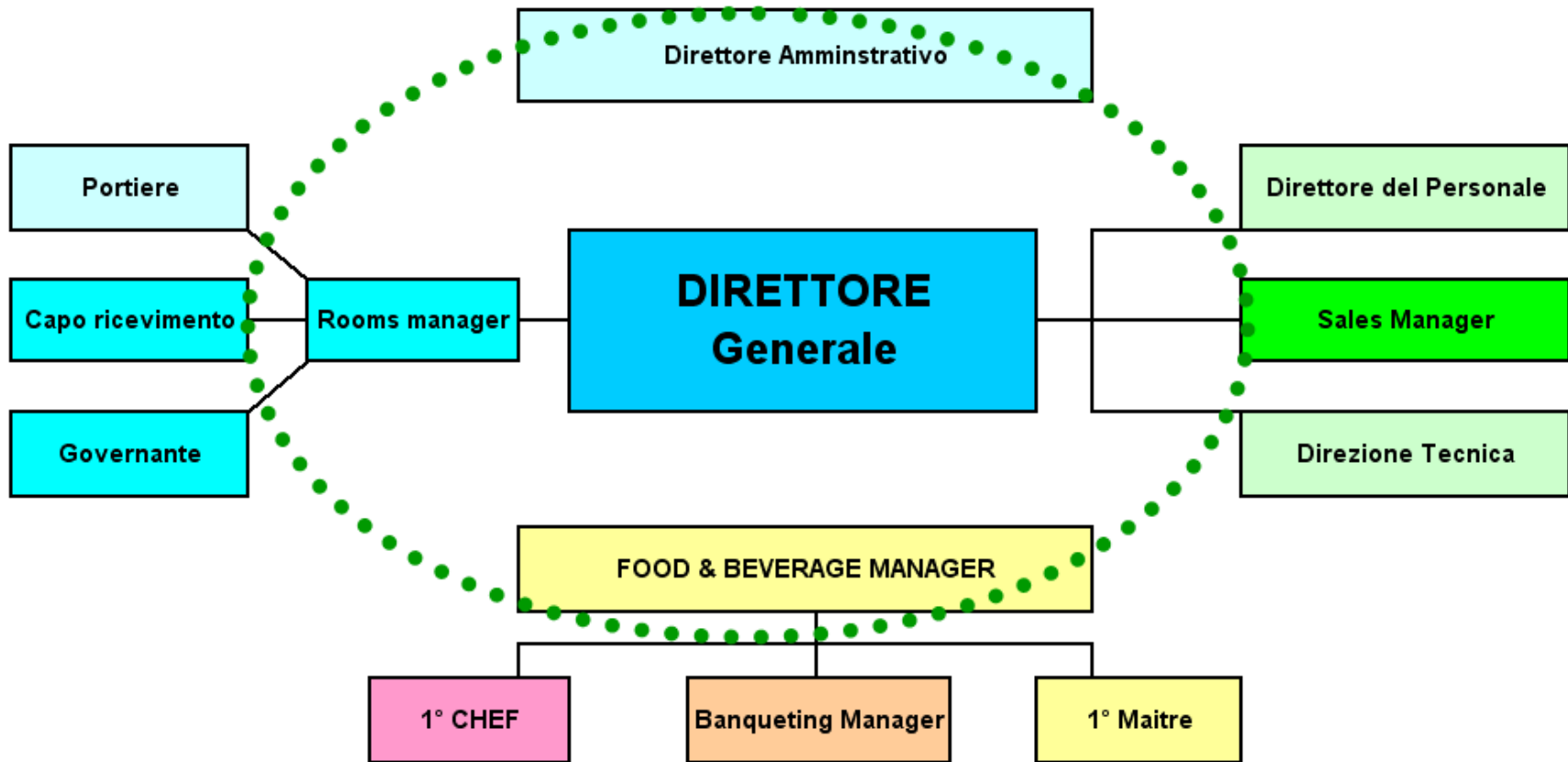


# L'ALBERGO

# L'ALBERGO



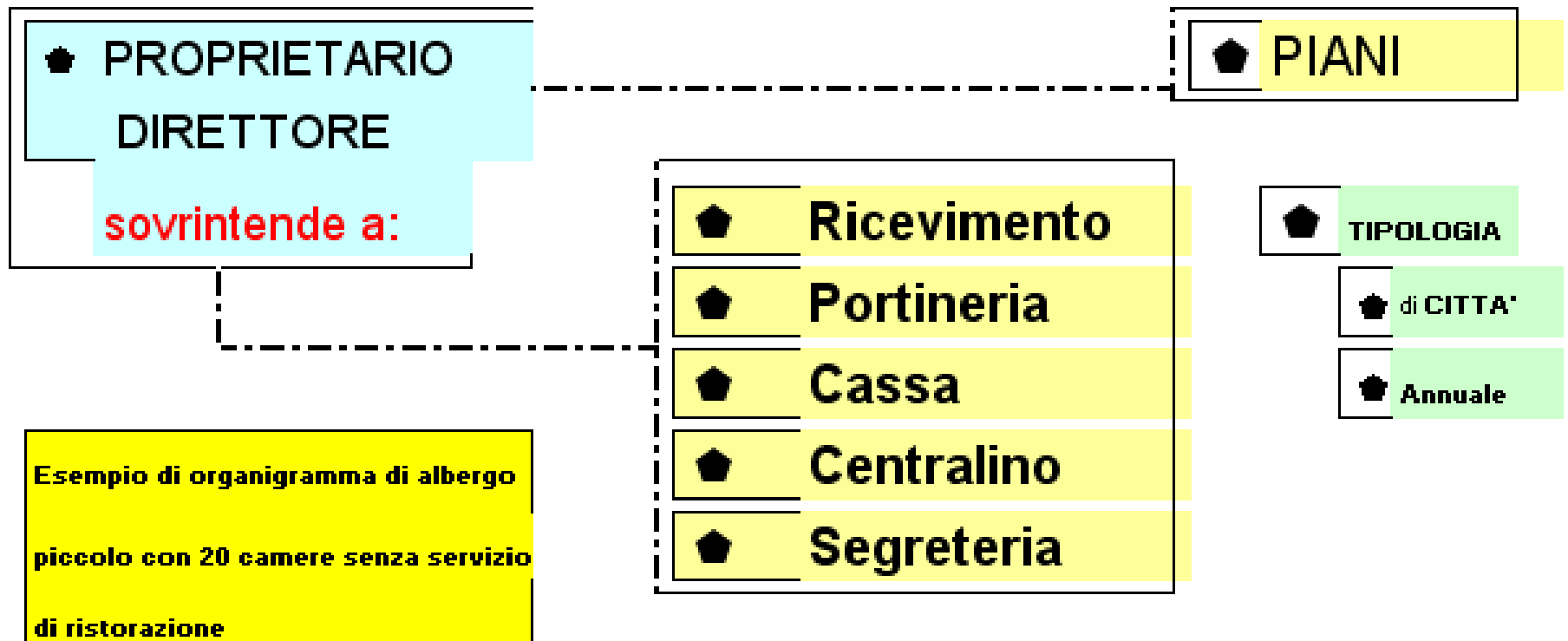
# Organizzazione ALBERGHIERA Circolare



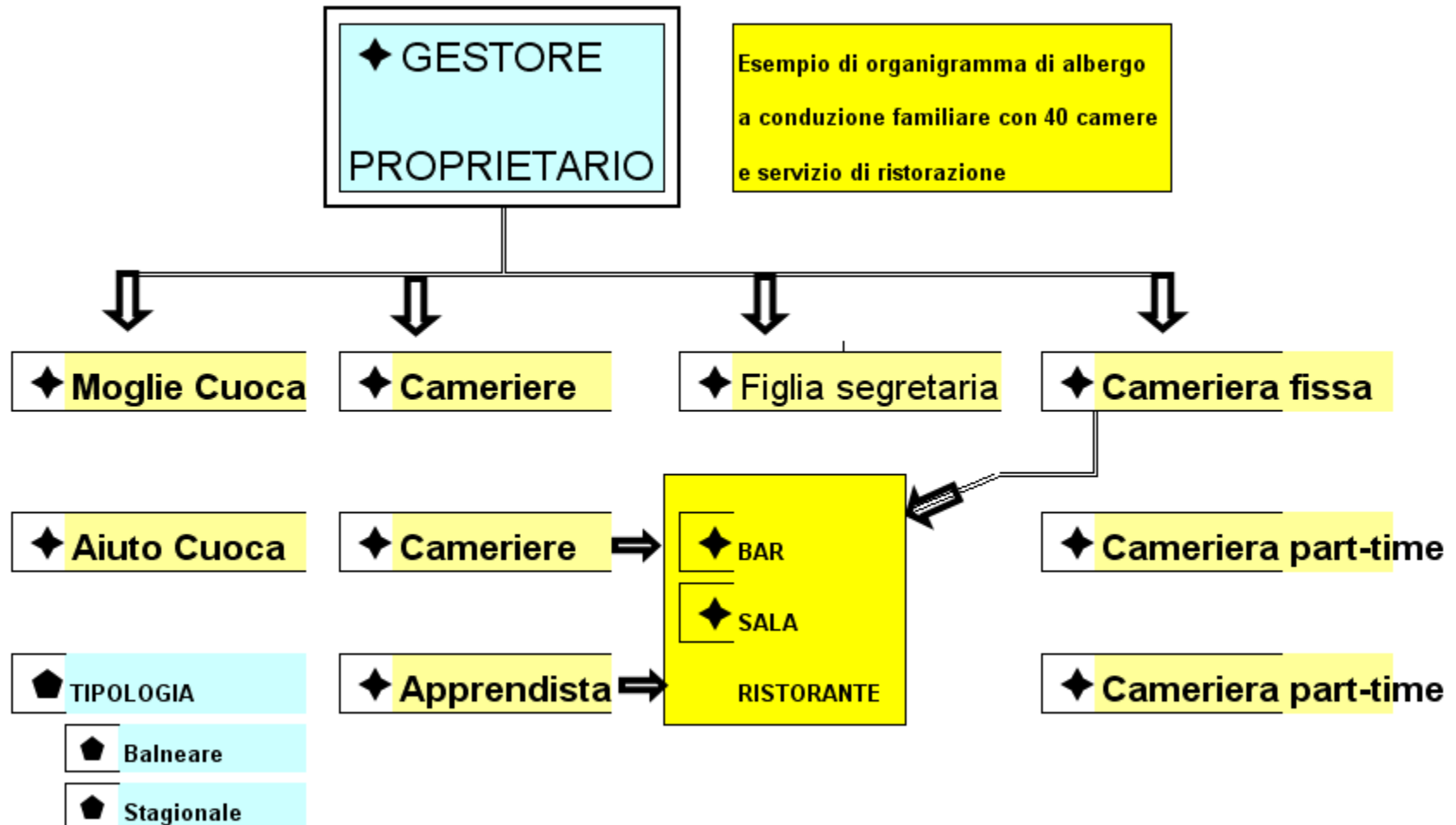


# **Struttura organizzativa di alcuni Modelli aziendali**

# ORGANIGRAMMA di ALBERGHI di PICCOLE DIMENSIONI

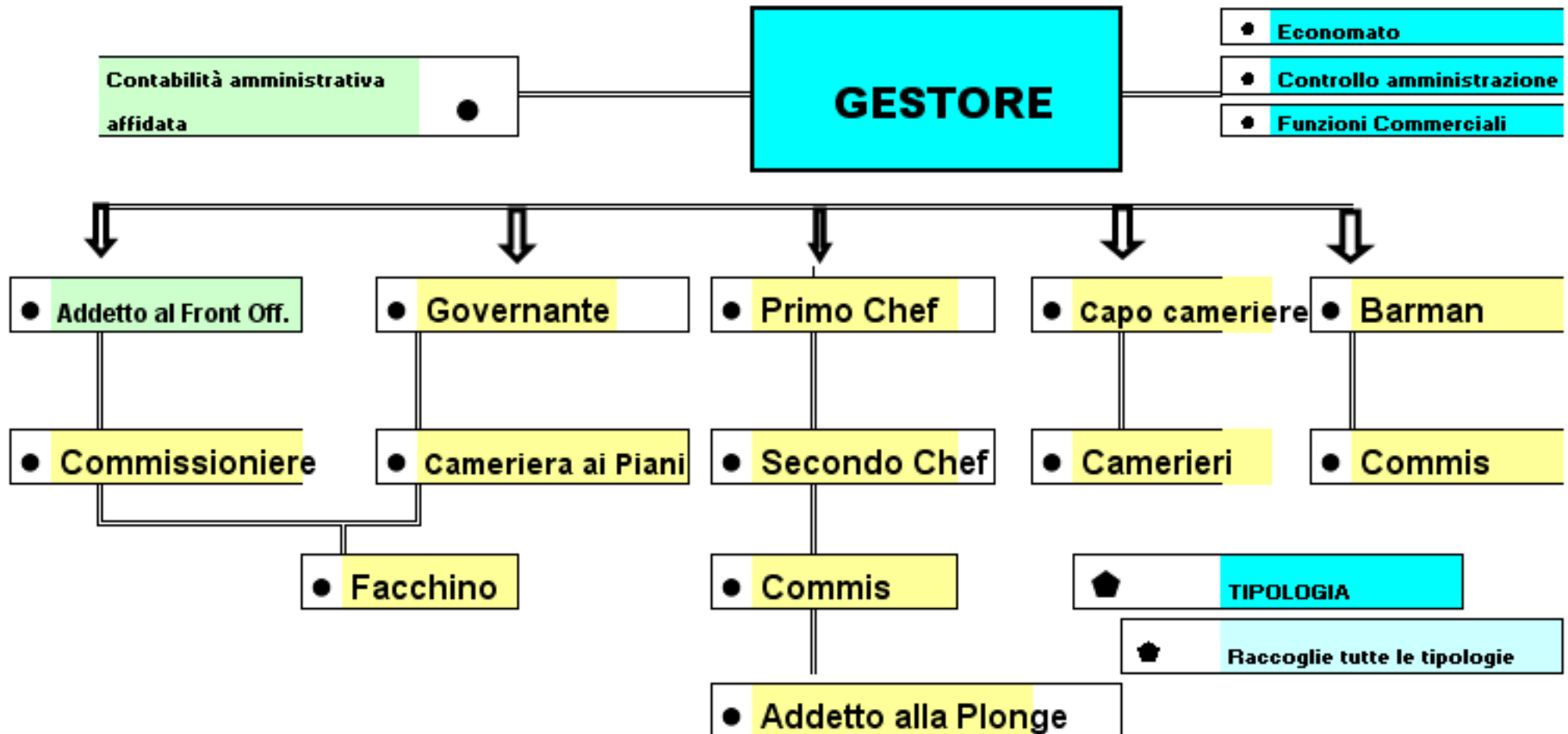


# ORGANIGRAMMA di ALBERGHI di PICCOLE DIMENSIONI a Conduzione FAMILIARE

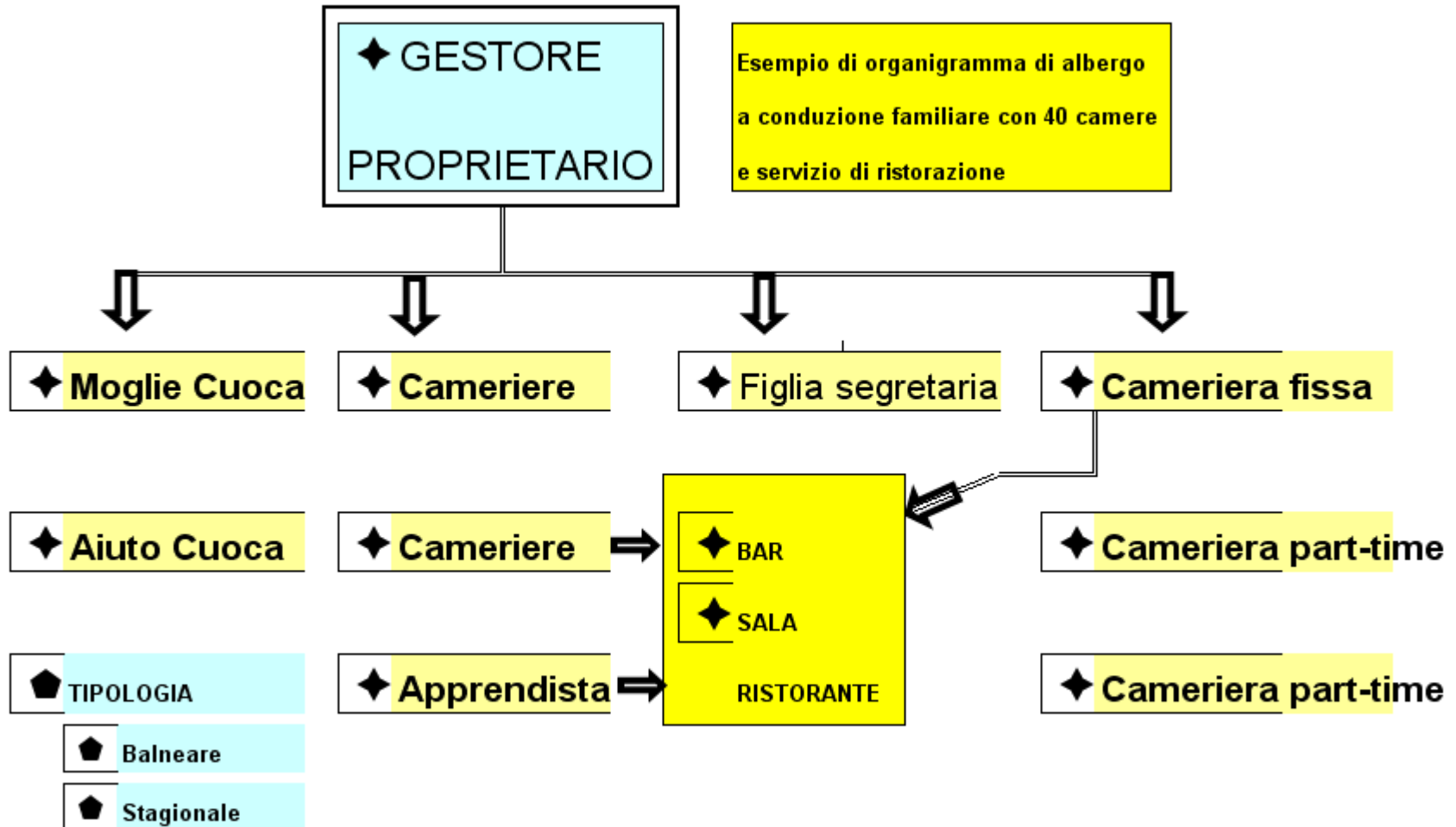


# ORGANIGRAMMA di ALBERGHI di MEDIO PICCOLE DIMENSIONI

Esempio di organigramma d'albergo MEDIO PICCOLO con 50 camere di 2 Stelle

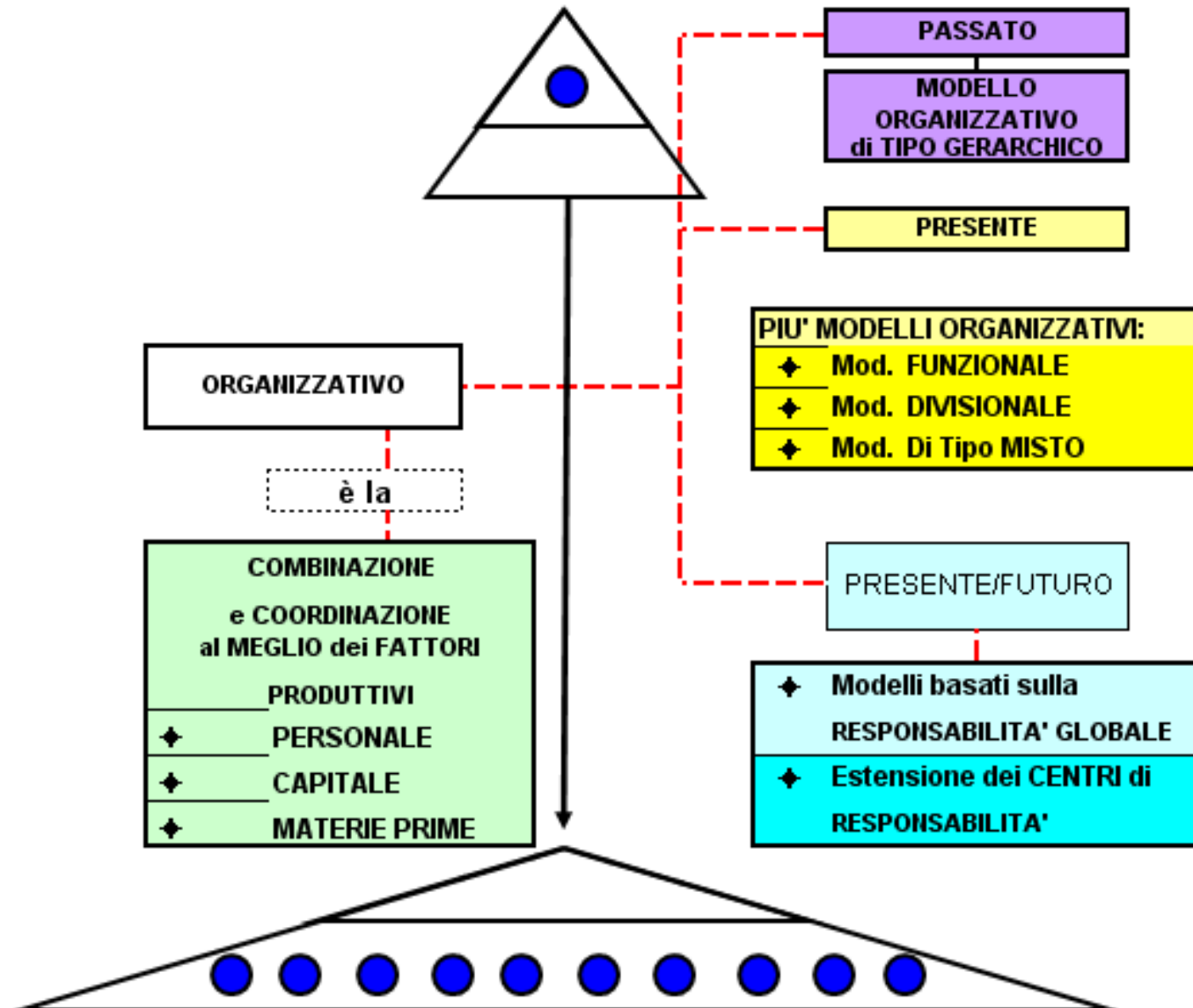


# ORGANIGRAMMA di ALBERGHI di PICCOLE DIMENSIONI a CONDUZIONE FAMILIARE



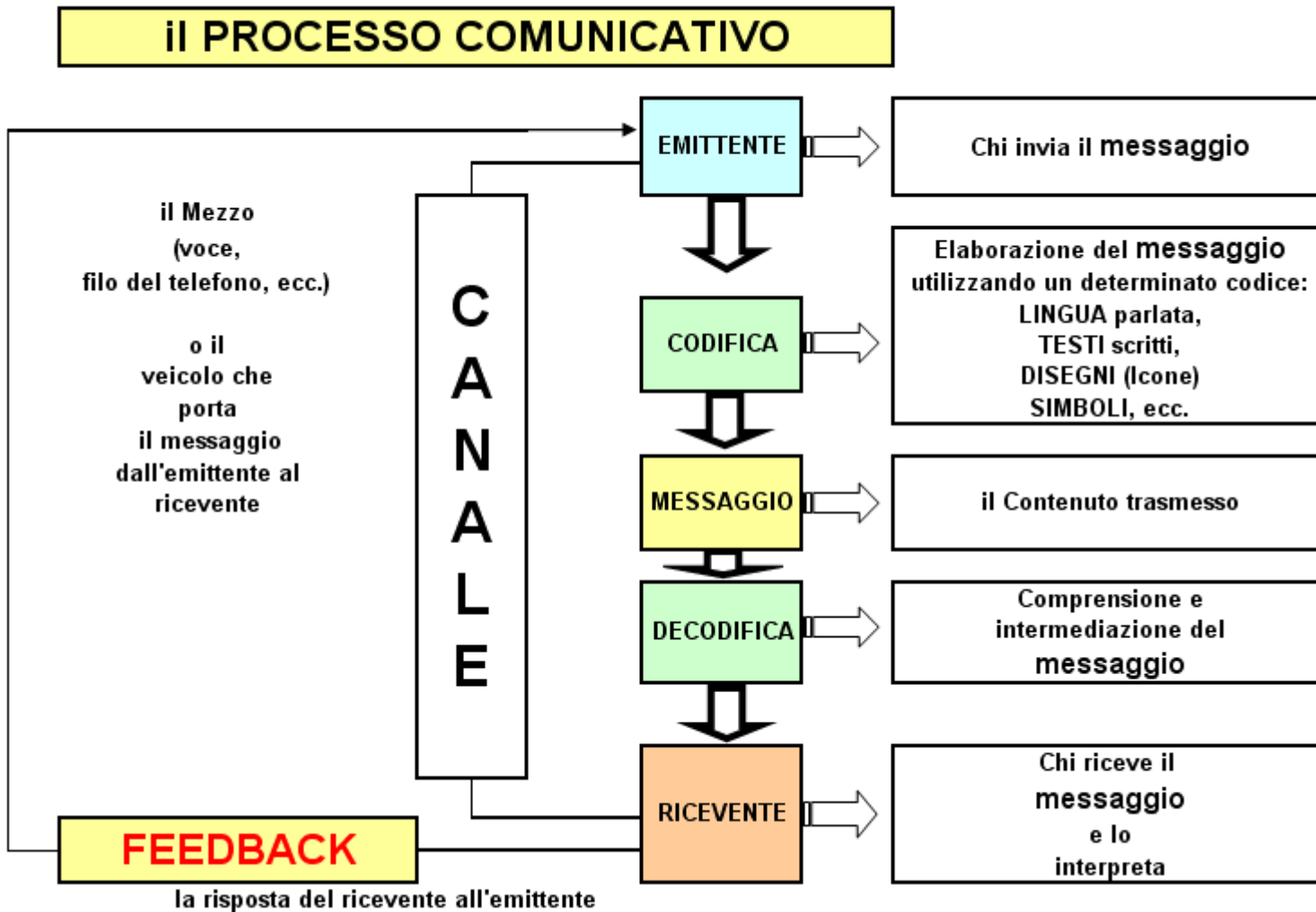
# Rappresentazione dello Sviluppo Storico del

## Modello Organizzativo



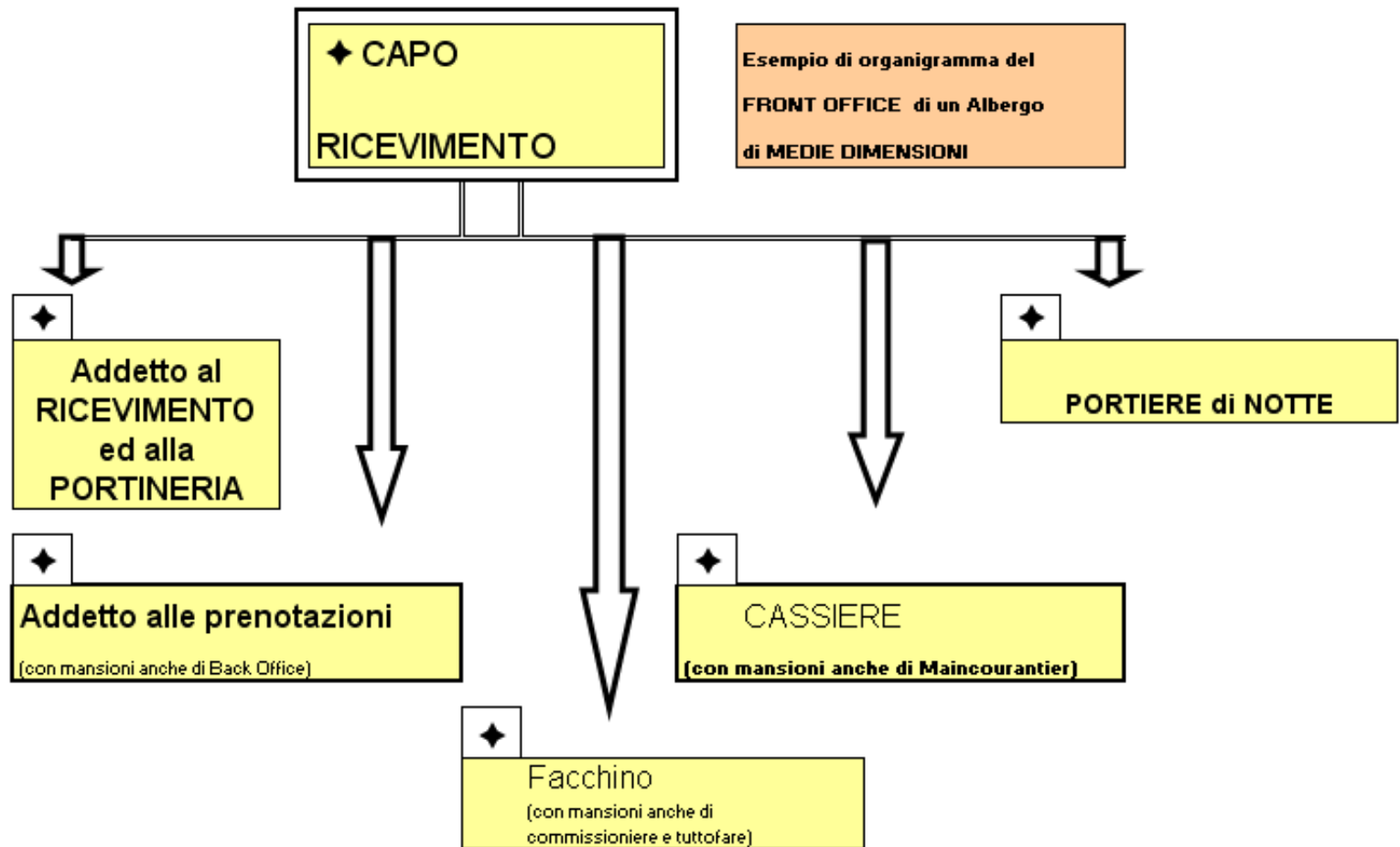
# **II FRONT OFFICE**

# PROCESSO COMUNICATIVO





# Organigramma del **Front Office** di un Albergo di Medie Dimensioni



# IL FRONT OFFICE ed i RAPPORTI con gli ALTRI REPARTI



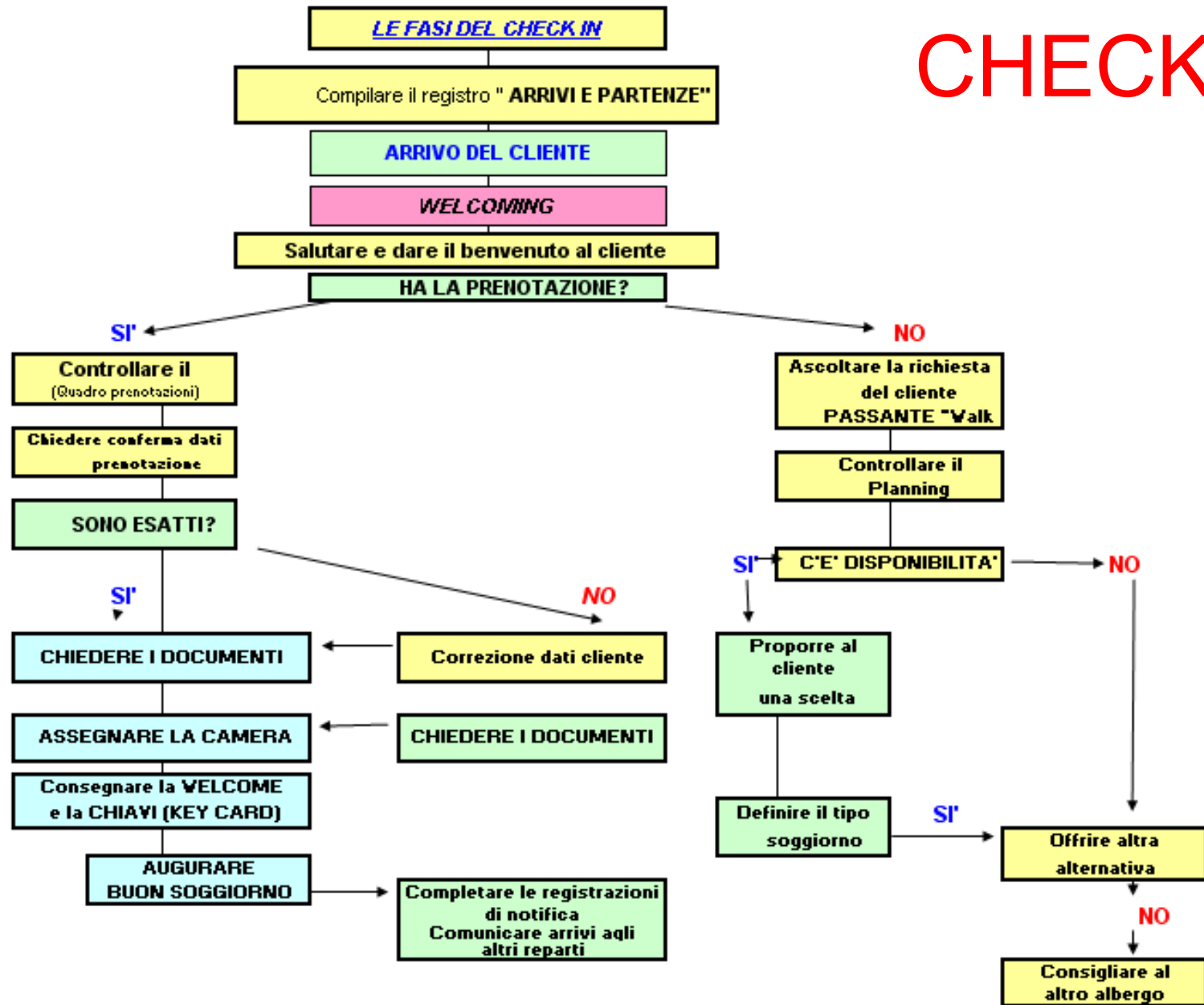
# SUDDIVISIONE in reparti del **FRONT OFFICE** con i relativi **COMPITI**



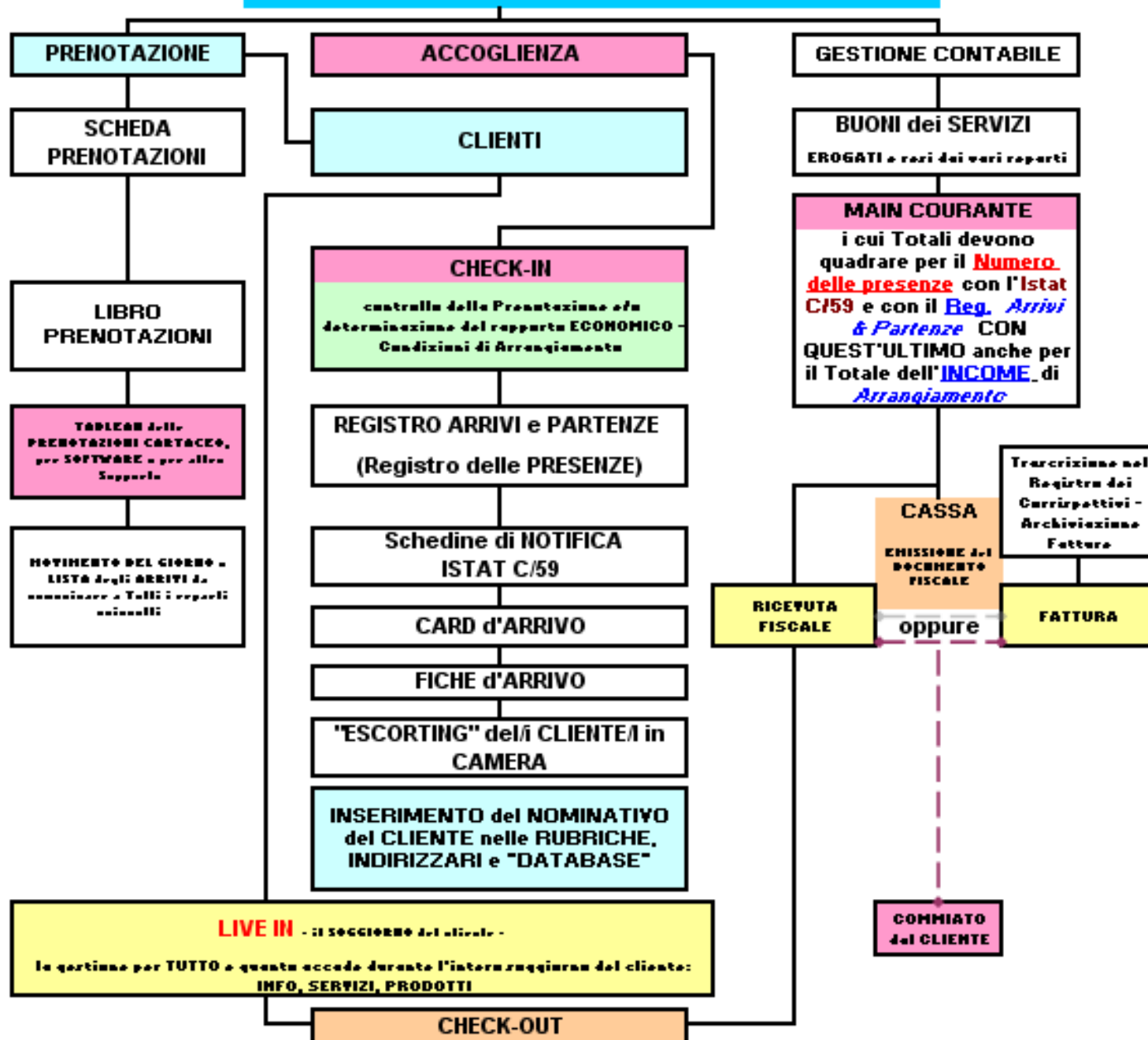
## PRINCIPALI COMPITI dei vari REPARTI

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accoglienza della clientela (VIP gruppi ed individuali)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione delle prenotazioni: Planning - Booking (overbooking)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Intestazione "accensione" del conto al CHECK IN</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestisce il Movimento della clientela attraverso l'aggiornamento dell'ISTAT C/59 e le schedine di notificazione e consegna le variazioni alla Questura</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assegnazione della camera; "ESCORTING" del cliente in CAMERA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione della corrispondenza Mailing tradizionale per posta e per INTERNET</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chiusura del conto e procedure di CHECK OUT Incassa i pagamenti a mezzo: contante, carte di credito, assegni, ecc</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servizio di Sicurezza: Entrate ed Uscite; Clienti ed Impianti</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Predisposizione della scheda cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registrazione dei dati dei Clienti: aggiorna il database e predispone circolari per eventi, manifestazioni e per biglietti "augurali"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servizio di emissione Fatture e Ricevute Fiscali. Effettua le operazioni di calcolo della commissione spettante agli intermediari, A.d.V.-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servizio Bagagli degli arrivi e delle partenze</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapporti con i clienti durante l'intero soggiorno: reclami, informazioni interne esterne all'albergo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapporti esterni ha contatti con gli intermediari Agenzie di viaggi, Tour operator, centri di prenotazione, ecc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestisce la richiesta di custodia di oggetti di valore ed altro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione della posta acquisizione ed invio del Mailing interno esterno</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione servizi di affitto spazi interni: sale, impianti, ecc.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestione Sospesi; Prepara le distinte per le agenzie di viaggio e per le banche</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servizio di cambio e Banking</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Espletamento degli obblighi di legge.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controllo dello stato delle camere attraverso la Governante - (Servizio Housekeeping: libere, da rifare, fuori uso)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• collaborare alla compilazione, traduzione e stampa dei menu giornalieri e/o per banchetti, liste bevande o vivande</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapporti con i clienti durante l'intero soggiorno: informazioni interne ed esterne all'albergo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rapporto con tutti gli altri reparti</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prepara le statistiche e redige i vari Report - piani di previsione (occupazione camere ecc.)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servizi di portineria e centralino e Sveglie, Ascensori</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prepara in collaborazione con l'ufficio marketing il piano delle iniziative pubblicitarie e promozionali</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consiglia e/o propone e/o prenota spettacoli, itinerari turistici ed escursioni ai clienti e ne reperisce i biglietti</li> </ul>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servizi di commissione ed acquisti verso l'esterno: Postale, Biglietteria, ecc.</li> </ul>

# CHECK IN

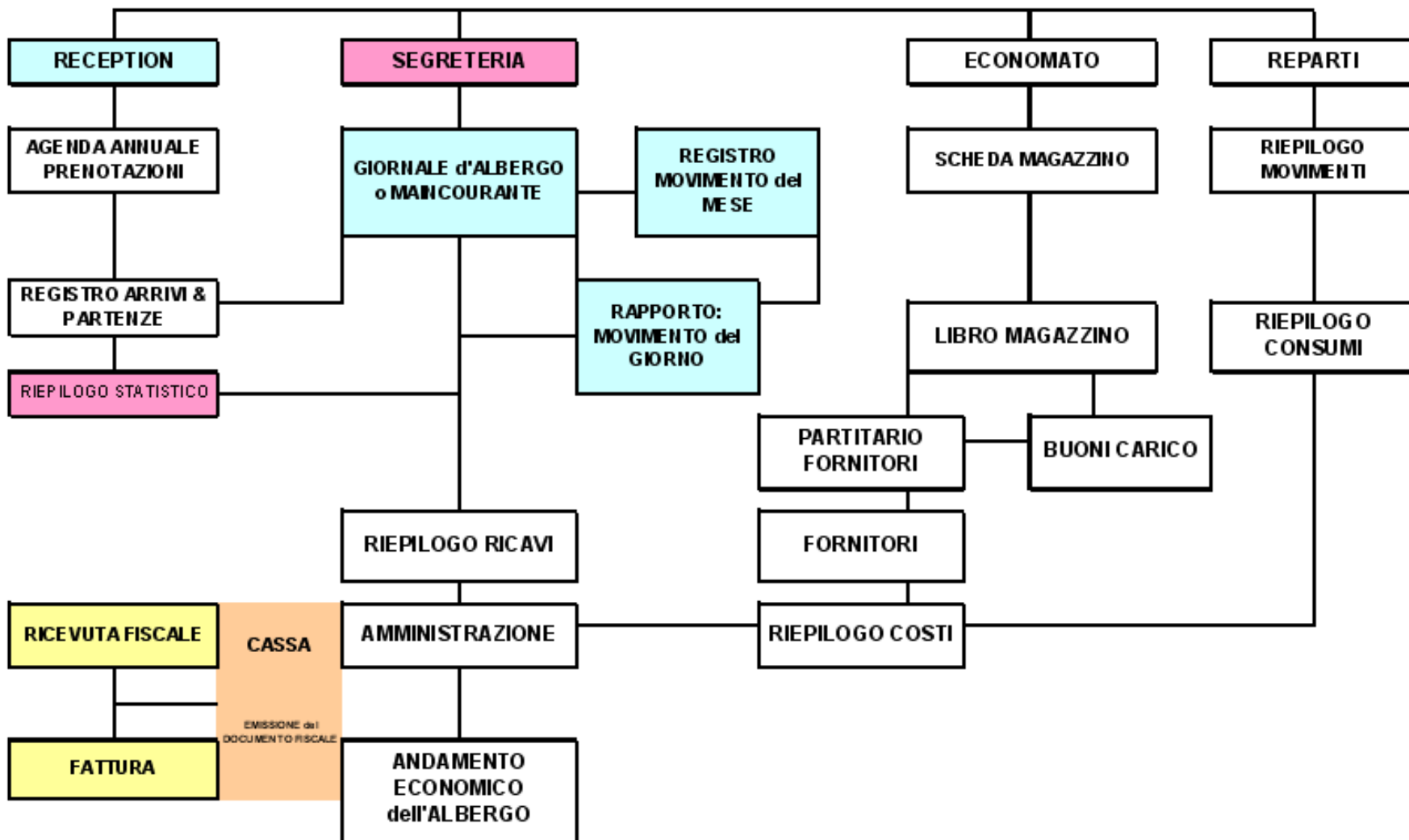


# OPERAZIONI di FRONT OFFICE



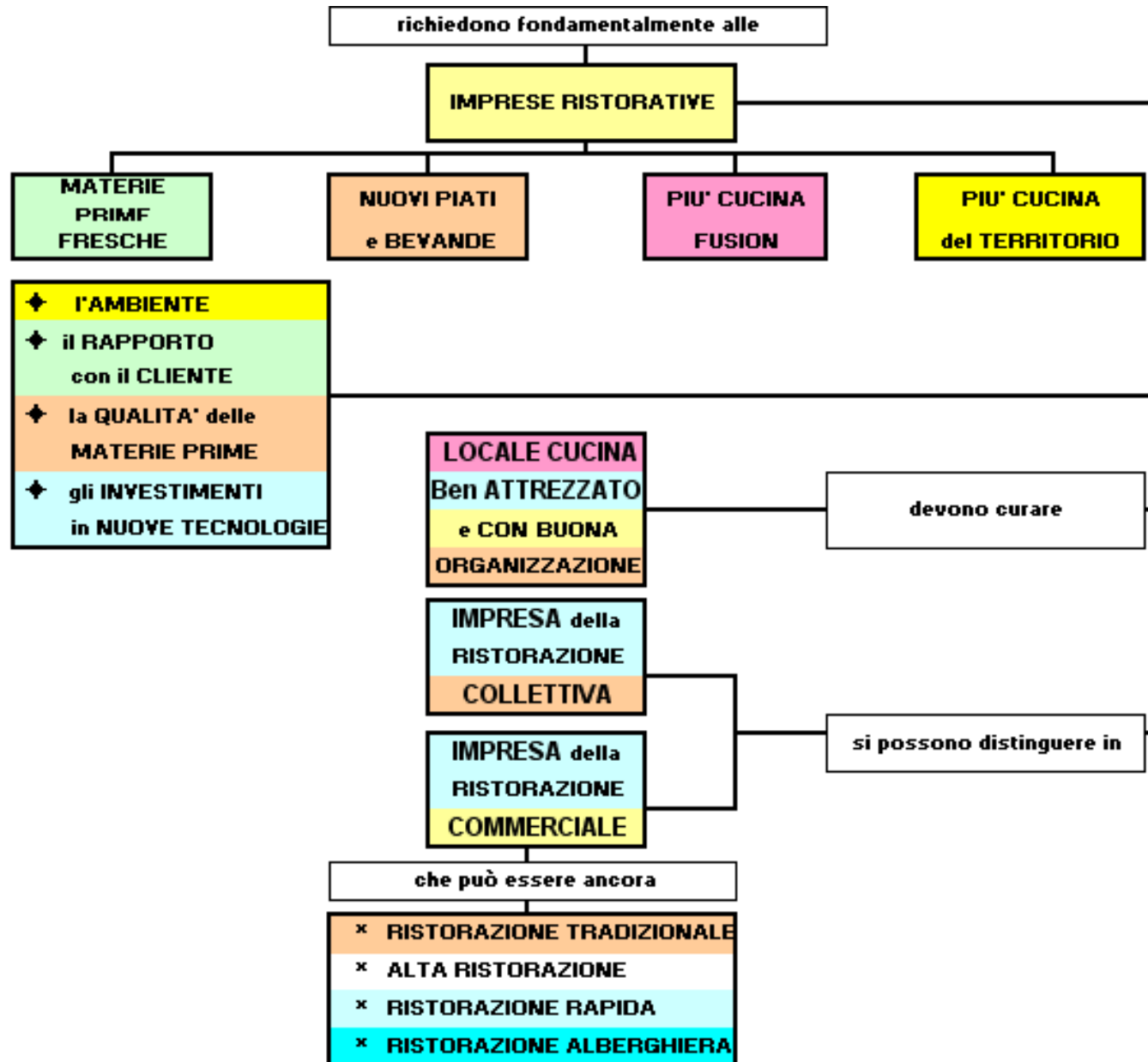
# BACK OFFICE

## OPERAZIONI di BACK OFFICE



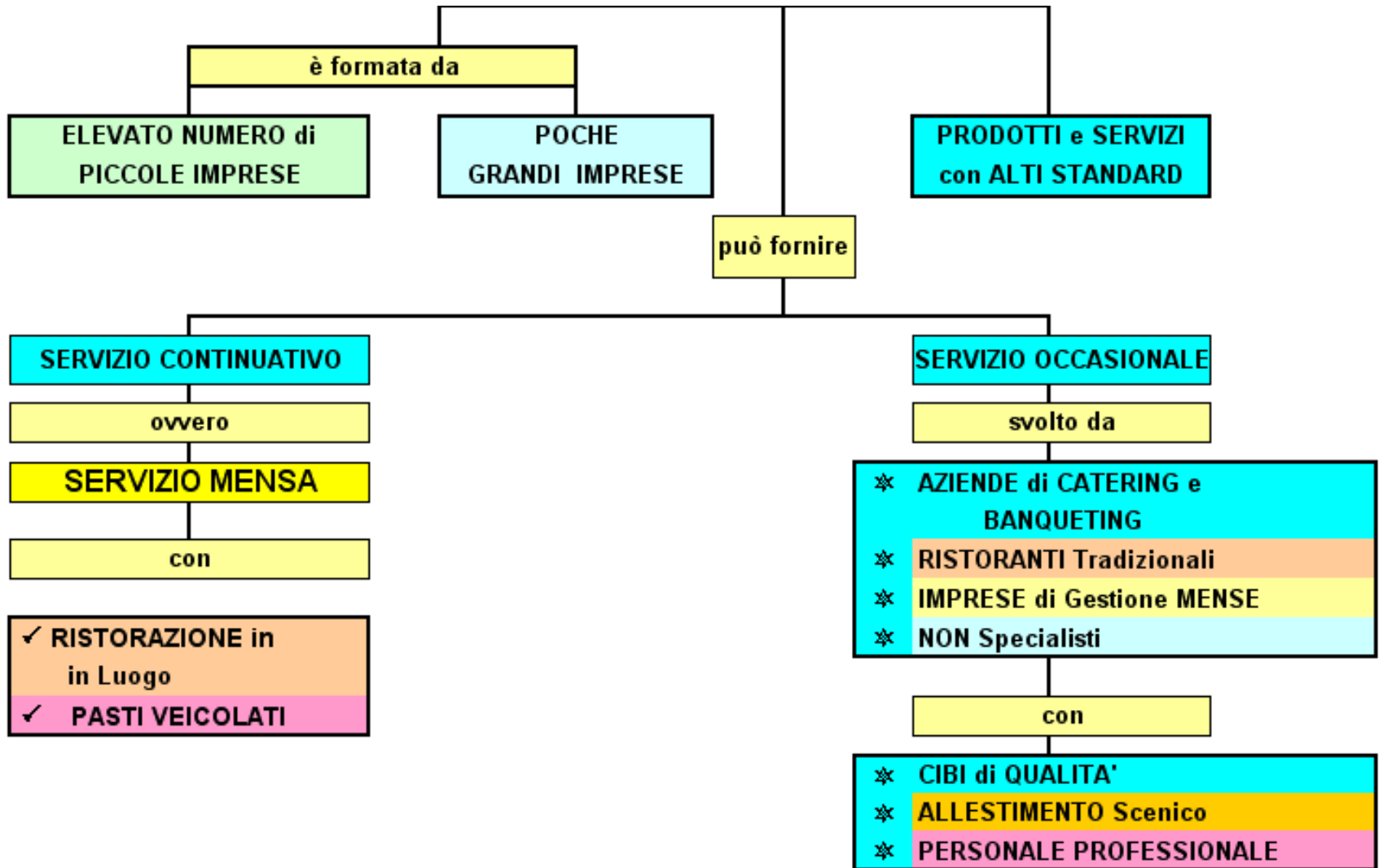
# La RISTORAZIONE

# GLI ITALIANI a TAVOLA

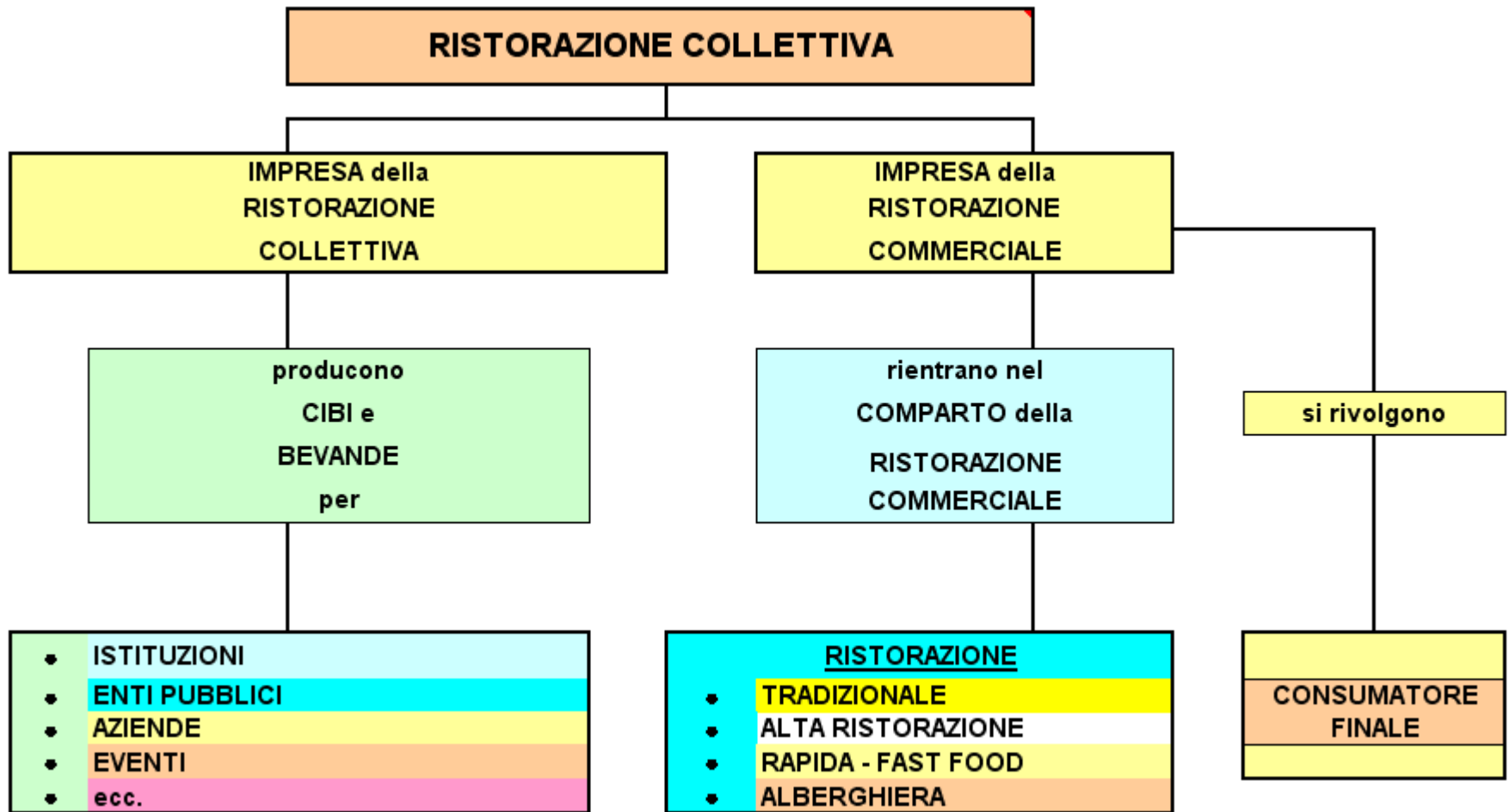




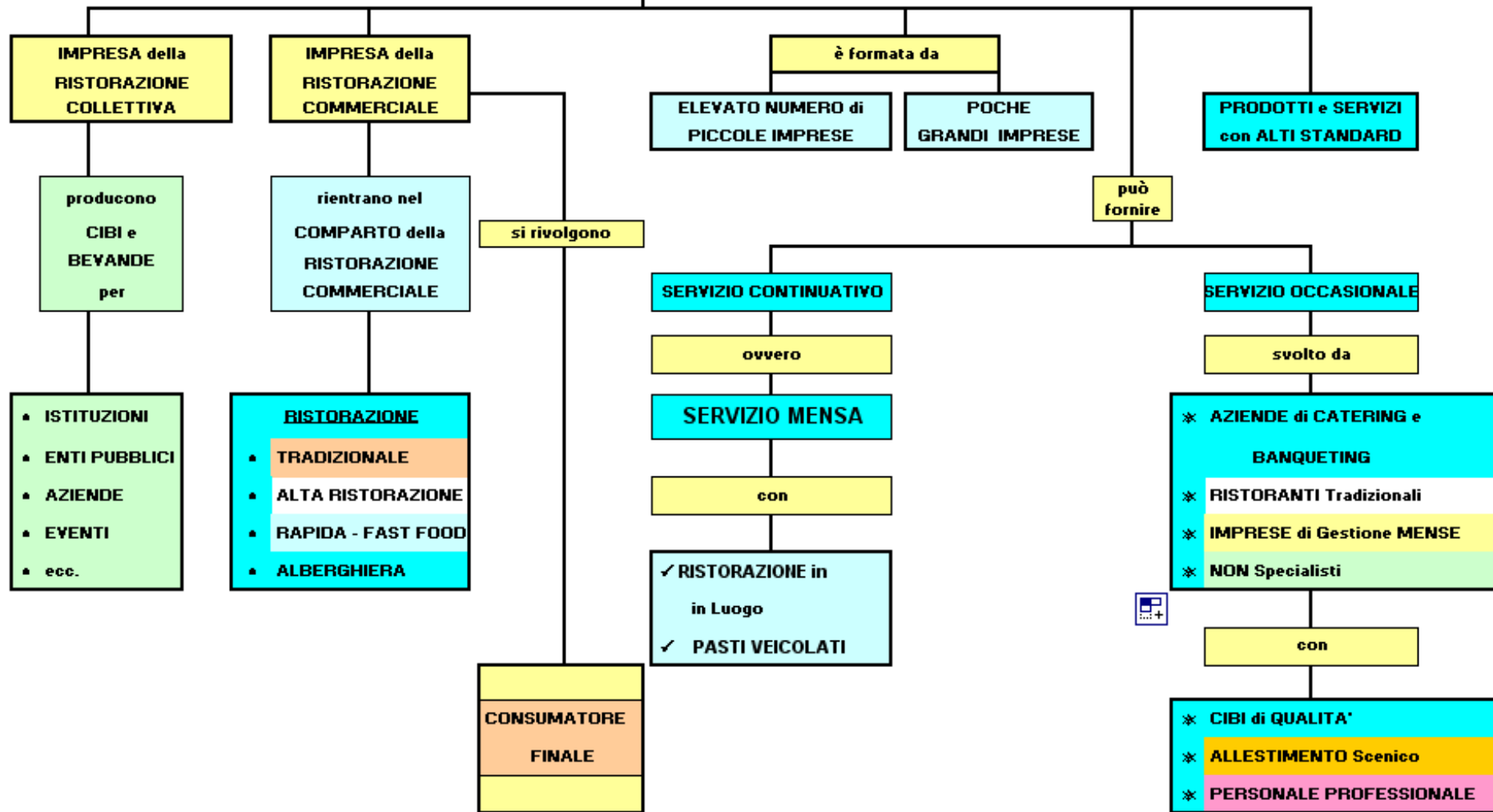
# la RISTORAZIONE



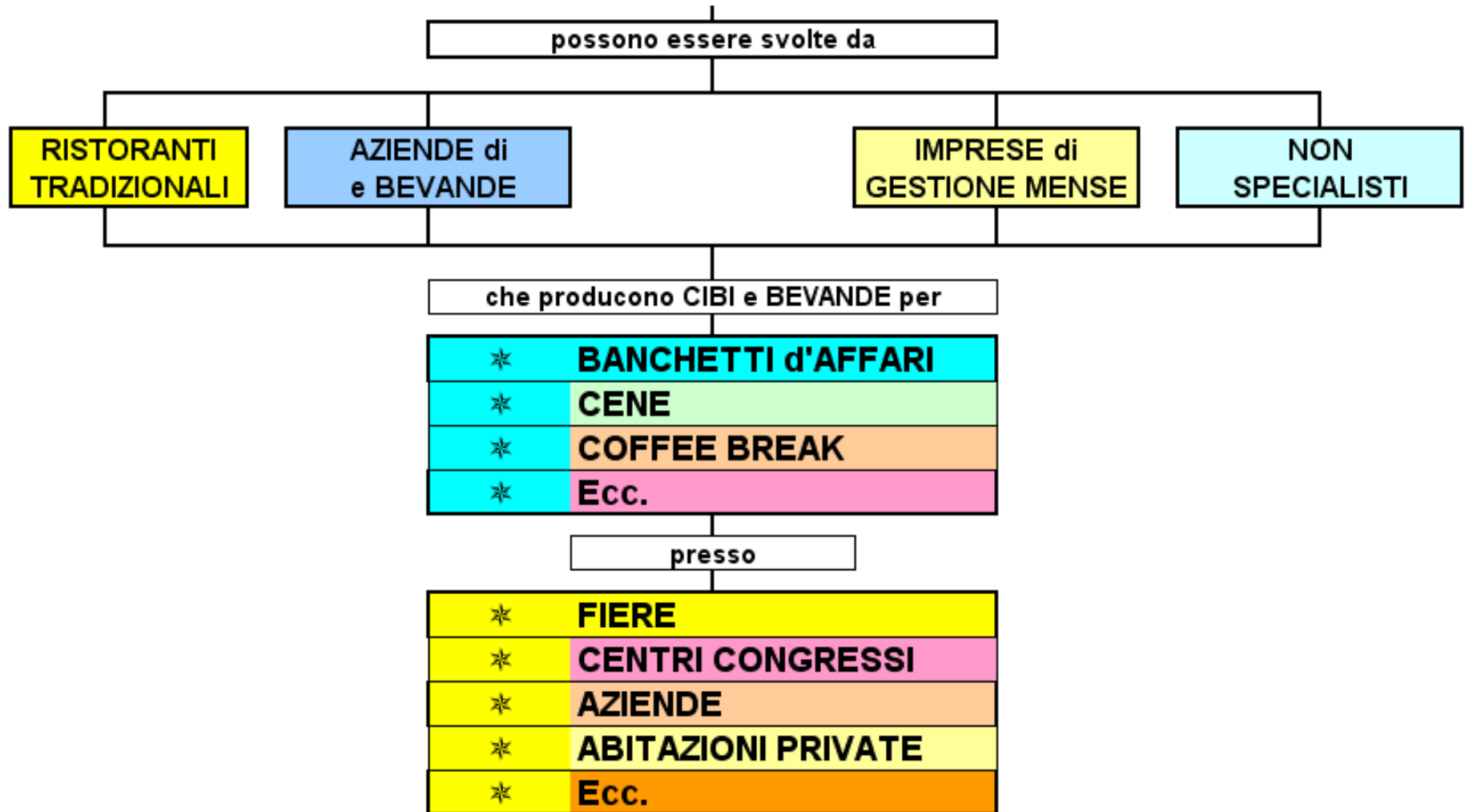
# Le **STRUTTURE** della **RISTORAZIONE**



# la RISTORAZIONE COLLETTIVA



# Le ATTIVITA' di CATERING e di BANQUETING



# Aspetti della QUALITA'

del **SERVIZIO**

**EROGATO** dall'Albergo

Rispetto al **SERVIZIO**

**PERCEPITO** dal **CLIENTE**

# Qualità dal SERVIZIO erogato e Qualità PERCEPITA dal CLIENTE

