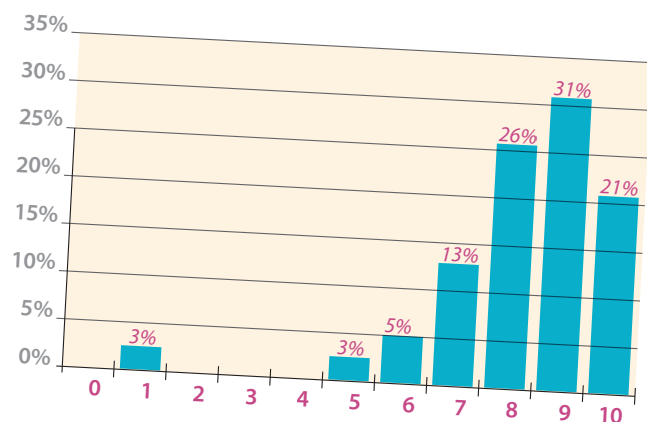


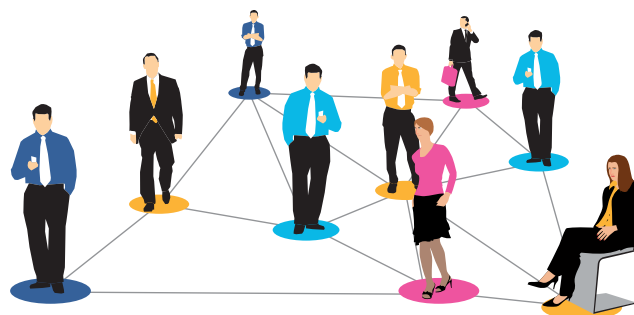
## Le proposta formative per le imprese del settore turistico



**La formazione motivazionale si connota, di conseguenza, come asse strategico di sviluppo**, perché è evidente il bisogno di affermare competenze e abilità orientate agli aspetti emotivi, immateriali e comportamentali dell'apprendimento e della formazione:

- Capacità di rapportarsi in **termini empatici** con i clienti interni ed esterni
- Motivazione e **approccio proattivo al lavoro**
- Ruolo e centralità **dell'accoglienza** nei processi di gestione delle imprese turistiche

- Si tratta di aree tematiche su cui la formazione può innestare, nella singola impresa turistica, quella cultura del miglioramento continuo che va considerata la precondizione necessaria per ogni iniziativa di **valorizzazione del capitale umano, di produzione del valore e di nuova competitività delle imprese.**



[www.ebnt.it](http://www.ebnt.it)



[www.labidee.com](http://www.labidee.com)

ENTE BILATERALE  
NAZIONALE TURISMO

## I fabbisogni formativi nel settore del turismo



## Il Contesto

Gli operatori economici del settore turistico devono fare i conti con un contesto che cambia rapidamente forma, sostanza e sapore. In questo quadro la vocazione degli imprenditori e la predisposizione personale dei collaboratori non sono sufficienti a produrre e consolidare una nuova stagione di crescita, se non si mette in campo anche un punto di vista capace di **cavalcare l'onda del cambiamento, di sfruttarne l'energia motivazionale e di valorizzarne le molteplici spinte che coinvolgono gli umori, i gusti e gli orientamenti dei turisti.**

L'impegno sarà, quindi, sempre più focalizzato sulla **competitività del sistema, intesa in un'ottica di bilateralità**; con la consapevolezza che sono necessari interventi di tipo partecipativo e cooperativo, che richiedono un sistematico confronto e coinvolgimento di tutti i soggetti coinvolti nell'individuazione e nella soluzione creativa dei problemi.

Consapevolezza, conoscenza e produzione di valore per le imprese possono connettersi con successo solo attraverso la **formazione, intesa come forma, metodo, e approccio interpretativo e relazionale all'idea stessa di cambiamento.**

Una formazione capace di imporsi con una visione bilaterale che ne sancisca il valore d'uso, la trasferibilità e il beneficio sociale per i lavoratori e per le imprese.

## La ricerca



L'EBNT sviluppa e promuove da anni attività di studio, di ricerca e di sperimentazione, informazione e valutazione in merito alle politiche del turismo. In questo quadro la ricerca sperimentale, promossa dal Laboratorio delle idee, parte dalla convinzione che le piccole e piccolissime imprese del turismo potranno essere protagoniste di un percorso di superamento dalla crisi se si faranno promotrici del cambiamento e di una nuova consapevolezza delle proprie potenzialità e del loro ruolo strategico nel panorama del settore.

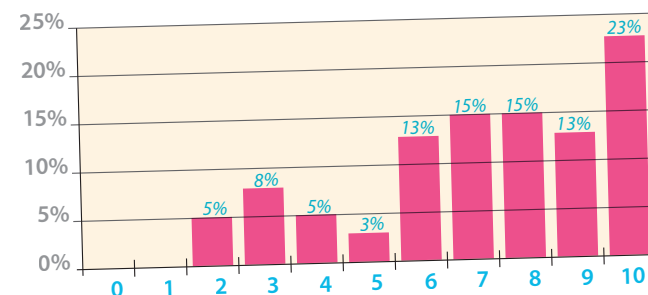
**La ricerca sui fabbisogni formativi nasce, quindi, dall'esigenza di raccogliere la domanda formativa delle piccole e piccolissime imprese del settore, e di tradurla in proposte di formazione concreta.**

Di conseguenza le azioni di ricerca si sono orientate su alcuni elementi chiave: i **fabbisogni latenti e inespressi**, la necessità di una nuova visione del lavoro, la centralità del "saper essere" e dell'atteggiamento del lavoratore come propulsore di realizzazione nel lavoro e del percorso di crescita personale, la "doppia spendibilità" delle competenze come strumento di relazione proficua e vitale tra privato e professionale.

## I cardini di una formazione di settore innovativa e bilaterale

La ricerca ha evidenziato bisogni e fabbisogni formativi articolati e complessi a cui è necessario dare valenza strategica.

Questo approccio ha bisogno di un **metodo di apprendimento flessibile** nei tempi, nei modi, negli strumenti e nei formati, in grado di fare della formazione un percorso che parte dalla molteplicità dei saperi e li proietta nella gestione attiva del cambiamento. E' necessario investire in un'organizzazione "viva", che impara e cambia costantemente alla **ricerca del miglioramento**. Non può che affermarsi attraverso un processo di **partecipazione consapevole e "calda" alle dinamiche dell'impresa e del settore.**



L'idea cardine del miglioramento si basa sulla progressività, sulla molecolarità e sul divenire di un cambiamento che incide nel profondo nel campo dei comportamenti e delle scelte personali e professionali dei lavoratori del turismo. **La nuova formazione si configura quindi come una straordinaria opportunità di crescita per il settore turistico che attraverso il learning by doing ha la possibilità di avvalersi di "competenze declinate"** e attraverso il lavoro sul sé del lavoratore di catalizzare quell'energia motivazionale che è necessaria a dare forza alla dimensione qualitativa del valore aggiunto.