

## Destination Italia investe sulla formazione

LINK: <https://www.ttgitalia.com/incoming/destination-italia-investe-sulla-formazione-GA26042361>



**Destination Italia** investe sulla formazione Di Paola Tournour-Viron Il commento del direttore Remo Vangelista **Destination Italia** ha deciso di affiancare l'Università degli Studi Roma Tre e l'Accademia Creativa del Turismo per la formazione dei professionisti del turismo. L'iniziativa si inserisce nel più ampio percorso di sviluppo delle competenze promosso dalla società, con l'obiettivo di contribuire alla formazione di figure professionali sempre più strategiche per il settore turistico, in particolare nel segmento dell'incoming in Italia. "Crediamo fortemente nel valore della formazione come leva strategica per la crescita del settore turistico e per lo sviluppo delle professionalità di cui il mercato ha oggi bisogno - dice **Dina Ravera**, presidente del Gruppo **Destination Italia** -. Attraverso questa iniziativa, intendiamo contribuire concretamente alla formazione di una nuova

generazione di professionisti del turismo, sempre più preparati ad affrontare le sfide di un contesto in rapida evoluzione". **Destination Italia** porta all'interno dei percorsi formativi il proprio know-how operativo e la propria visione del mercato, attraverso moduli didattici a forte contenuto pratico, sviluppati su casi reali e sugli strumenti utilizzati ogni giorno dalle persone del Gruppo. Al centro del progetto si colloca la figura del travel designer nel tour operator incoming, professionista chiave capace di coniugare conoscenza profonda del territorio, visione commerciale e capacità progettuale. Il programma si articola in tre macroaree formative, ciascuna pensata per tradurre la teoria in competenze operative immediatamente spendibili: Marketing, sales & promotions, con un percorso approfondito nelle dinamiche commerciali del turismo organizzato: dall'analisi del mercato

reale e potenziale alla definizione di obiettivi e budget, dall'identificazione delle buyer personas alla gestione efficace del portafoglio clienti, sia acquisiti che prospect. Product, che esplora l'intero ciclo di vita del prodotto turistico: dalla concezione e progettazione, alla produzione, promozione e valutazione dei risultati. Viene analizzata l'evoluzione dal semplice servizio al pacchetto strutturato fino all'esperienza personalizzata, con un focus sull'experience come elemento distintivo dell'offerta e un approfondimento sulle logiche di contrattazione con i fornitori. Booking & Operations, con una sezione dedicata al ruolo del Travel Designer: le competenze richieste dal mercato, gli strumenti operativi quotidiani e i KPI che misurano la qualità del lavoro. Il modulo include inoltre approfondimenti sull'assistenza al cliente e sullo sviluppo delle soft

skills, con il contributo diretto di professionisti ed esperti del settore. Il percorso si conclude con una fase applicativa concreta, la progettazione di un viaggio in Italia, momento in cui le conoscenze acquisite prendono forma in un progetto reale.