



# IL REPERTORIO DELLE QUALIFICAZIONI IN FVG E LE SITUAZIONI TIPO

Elisa Marzinotto

Direttore Servizio Formazione

Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia

[elisa.marzinotto@regione.fvg.it](mailto:elisa.marzinotto@regione.fvg.it)



# CONTENUTI

**IL REPERTORIO DELLE  
QUALIFICAZIONI IN FVG**

**LE SCHEDE SITUAZIONE  
TIPO: POSSIBILI UTILIZZI**

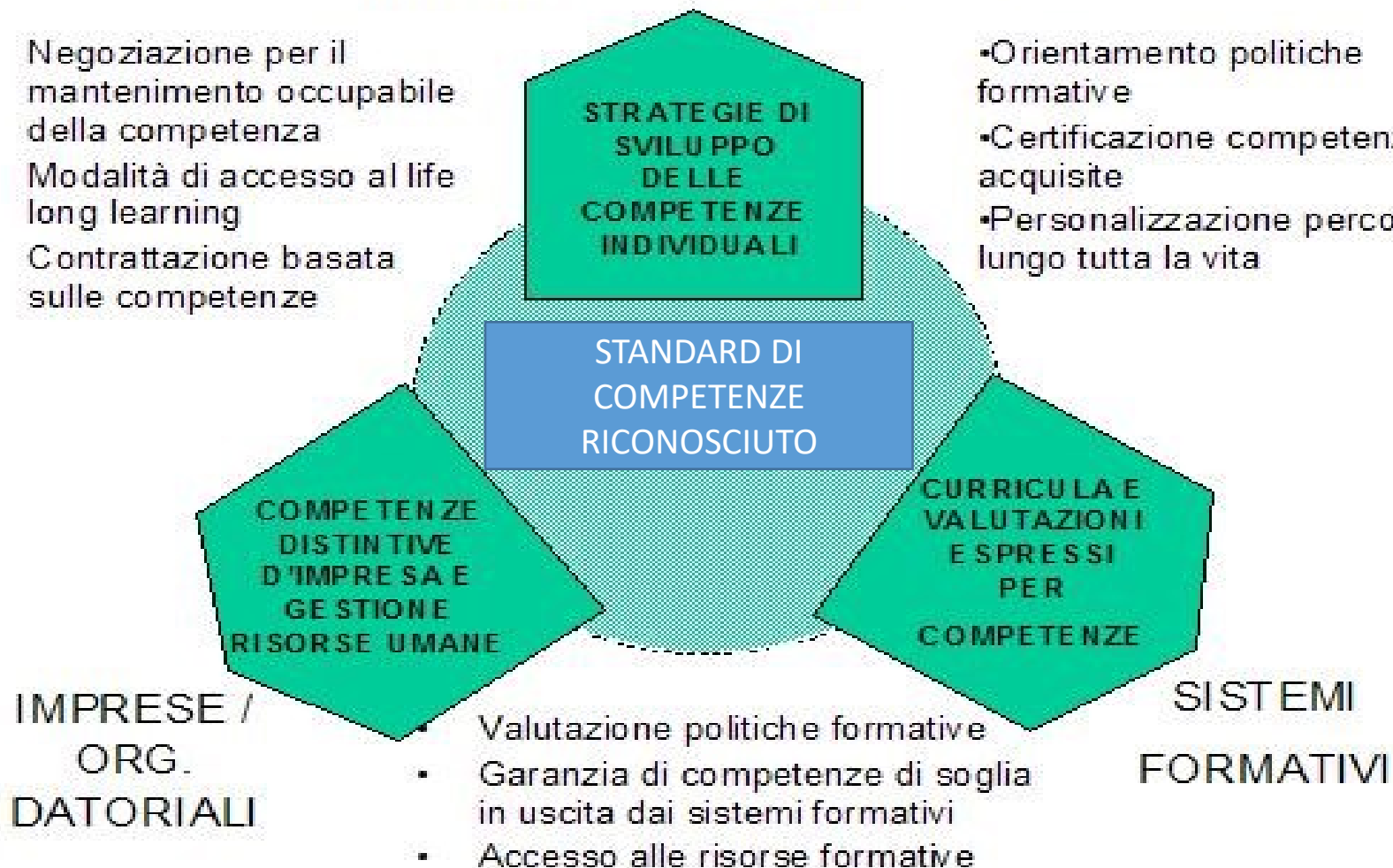
**LA PAROLA ALLE  
IMPRESE**



## INDIVIDUO / ORG. SINDACALI

- Negoziazione per il mantenimento occupabile della competenza
- Modalità di accesso al life long learning
- Contrattazione basata sulle competenze

- Orientamento politiche formative
- Certificazione competenze acquisite
- Personalizzazione percorsi lungo tutta la vita

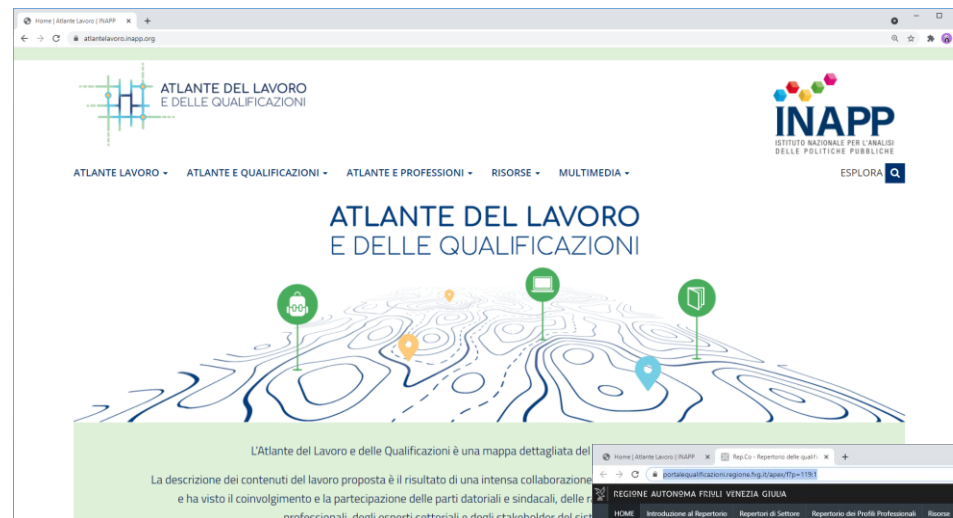


# TEMA 01

## Repertorio delle qualificazioni Regione FVG

### Cos'è un Repertorio di competenze

- ✓ Un codice, un linguaggio per far dialogare sistemi diversi tra loro
- ✓ Un riferimento per poter dare valore a cosa sa fare una persona
- ✓ Un riferimento per le aziende per esplicitare i bisogni
- ✓ Uno standard per i processi di apprendimento
- ✓ Uno standard per certificare competenze



Atlante (IT) - NQF

atlantelavoro.inapp.org

Repertorio (FVG)

portalequalificazioni.regione.fvg.it



## Repertorio delle qualificazioni Regione FVG

- Costituito da singole competenze (Oltre 700)

DEFINIZIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI DI RISTORAZIONE	
Codice: <b>QPR-RIS-01</b>	Livello: <b>EQF-5</b>
Versione 3 del 17/05/2020	
<i>Descrizione del qualificatore professionale regionale</i>	
A partire dall'analisi dei dati di mercato e di redditività, il soggetto è in grado di definire l'offerta, i prezzi e le politiche di customer satisfaction dei servizi di ristorazione.	
<i>Conoscenze</i>	<i>Abilità</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elementi di analisi del mercato della ristorazione</li> <li>• Elementi di marketing turistico e territoriale</li> <li>• Analisi di mercato e studio della concorrenza</li> <li>• Elementi di cultura gastronomica</li> <li>• Metodi di pianificazione dell'offerta di servizi ristorativi a seconda del contesto, del cliente, dell'evento</li> <li>• Elementi di storia e antropologia dell'alimentazione, evoluzione del gusto e degli stili alimentari</li> <li>• Tecniche di analisi dei costi e definizione dei prezzi</li> <li>• Tecniche di monitoraggio della customer satisfaction</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizzare il settore della ristorazione, le sue caratteristiche e relazioni con altre aree del comparto turistico</li> <li>• Posizionare la propria azienda e definire strategie di marketing</li> <li>• Individuare tipologie di prodotti/servizi in rapporto a target/esigenze di clientela valorizzando i prodotti tipici e del made in Italy</li> <li>• Ideare un'offerta di servizi ristorativi in linea con esigenze della clientela e fattibilità di costi</li> <li>• Applicare criteri per la verifica dei costi e del rapporto qualità prezzo</li> <li>• Applicare tecniche di monitoraggio e controllo della qualità del prodotto/servizio</li> <li>• Applicare tecniche di customer satisfaction</li> </ul>



- Come stabilire l'acquisizione di una competenza?
- Come stabilire il livello di padronanza della competenza?



- Serve uno strumento per la valutazione



# TEMA 01



**Nel repertorio della regione FVG le competenze sono descritte con due oggetti**

- **QPR** - Qualificatore Professionale Regionale
- **SST** - Scheda delle Situazioni Tipo

## **QPR ed SST**

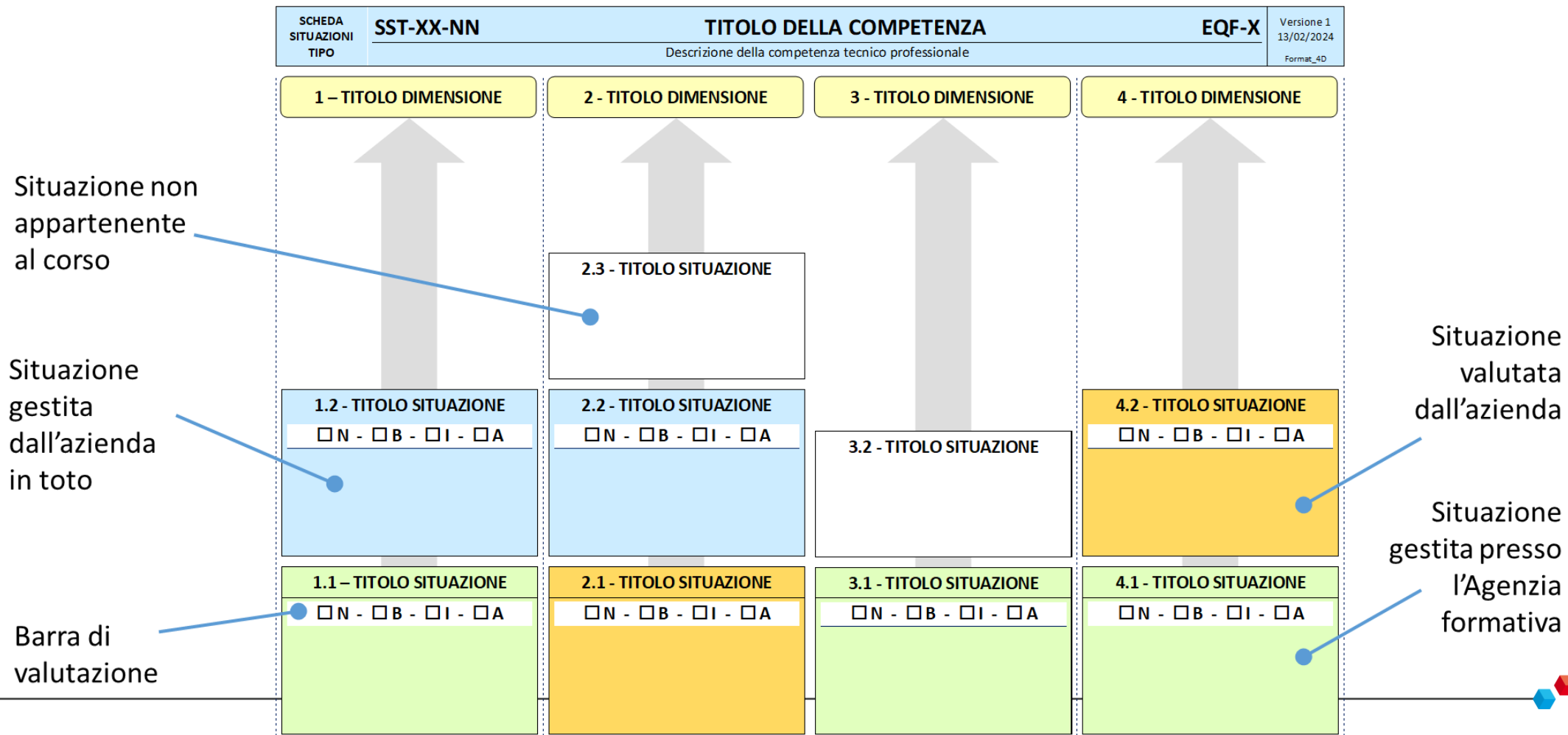
sono due oggetti complementari e rappresentano due aspetti della stessa competenza

QPR	
Descrizione _____	
Conoscenze: _____	Abilità: _____
Livello: 3 EQF	

SCHEDA SITUAZIONI TIPO	DEFINIZIONE DELL'OFFERTA DI SERVIZI DI RISTORAZIONE				EQF-5	
	A partire dall'analisi dei dati di mercato e di redditività, il soggetto è in grado di definire l'offerta, i prezzi e le politiche di customer satisfaction dei servizi di ristorazione.				Versione 1 20/06/2020	
	<p><b>1 - ANALISI DI MERCATO</b></p> <p><b>1.3 - NUOVA APERTURA</b> Al fine di aprire una nuova struttura ristorativa e utilizzando anche strumenti di geomarketing, individuare la migliore locazione, il tipo di bisogno del contesto di riferimento, l'esistenza di un potenziale bacino di utenti e la ciclicità della domanda.</p> <p><b>1.2 - RIPOSIZIONAMENTO OFFERTA</b> Individuare gli elementi per elaborare una strategia di riposizionamento della propria offerta ristorativa attraverso lo studio delle nuove tendenze che coinvolgono il contesto e il target di riferimento.</p> <p><b>1.1 - MANTENIMENTO VANTAGGIO COMPETITIVO</b> Individuare gli elementi utili a mantenere il proprio vantaggio competitivo esaminando le strategie della concorrenza, le nuove tendenze gastronomiche e l'evoluzione delle esigenze dei consumatori.</p>	<p><b>2 - OFFERTA PER RISTORANTE CLASSICO</b></p> <p><b>2.3 - RISTORAZIONE GOURMET</b> Definire un'offerta per una ristorazione di alto livello rivolta ad un target di clientela esigente rispetto al tipo di proposta culinaria e di servizio a fronte di una fascia di prezzo elevata.</p> <p><b>2.2 - SERVIZI AGGIUNTIVI</b> Definire un'offerta comprendente servizi aggiuntivi di ristorazione (es. catering, banqueting, convenzioni) che si aggiungono alla propria offerta standard.</p> <p><b>2.1 - RISTORAZIONE TRADIZIONALE</b> Definire un'offerta per un servizio di ristorazione tradizionale avendo cura di definire una proposta complessiva (es. livello culinario, fascia di prezzo, standard di servizio) in linea con il proprio target di riferimento, la tipologia del locale (es. trattoria, ristorante, agriturismo) e il contesto territoriale.</p>	<p><b>3 - ALTRI SERVIZI RISTORATIVI</b></p> <p><b>3.4 - NUOVI FORMAT RISTORATIVI</b> Definire un'offerta relativa a nuovi format o nuovi concept di locali (es. risto-disco, risto-show, risto-shop) integrando la parte relativa all'aspetto gastronomico con quella relativa alle diverse forme di intrattenimento che ne caratterizzano il posizionamento competitivo sul mercato.</p> <p><b>3.3 - RISTORAZIONE COLLETTIVA</b> Definire l'offerta per servizi di ristorazione collettiva (es. mense aziendali, scolastiche, ospedaliere) nel rispetto delle normative che regolano lo specifico settore.</p> <p><b>3.2 - RISTORAZIONE ALBERGHIERA</b> Definire un'offerta standard per gli ospiti della struttura alberghiera, eventualmente accompagnata da un servizio aperto ad avventori esterni (es. hotel 3*) o da servizi ristorativi collegati ad attività congressuali (es. business hotel).</p> <p><b>3.1 - RISTORAZIONE VELOCE</b> Definire un'offerta tesa a garantire la velocità di somministrazione dei pasti ad un target di clienti orientato all'aspetto funzionale del cibo (es. bistrò, fast food, ristorantiini).</p>	<p><b>4 - POLITICHE DI CUSTOMER SATISFACTION</b></p> <p><b>4.2 - PIANO DI MIGLIORAMENTO</b> Sulla base dei risultati dell'analisi dei dati comunque rilevati, definire un piano operativo di miglioramento teso a ridurre/eliminare le criticità riscontrate coinvolgendo tutte le componenti della struttura che, con diversi livelli di responsabilità, incidono sulla soddisfazione della clientela.</p> <p><b>4.1 - DEFINIZIONE INDICATORI</b> Sulla base della tipologia del servizio ristorativo offerto, caratterizzare le aspettative della clientela e definire un sistema di indicatori in grado di monitorarne la soddisfazione dei clienti, dettagliando le modalità operative di rilevazione (es. questionario di fine soggiorno per strutture alberghiere, di tipo relazionale per le trattorie).</p>	<p><b>5 - OTTIMIZZAZIONE DEI PROFITTI</b></p> <p><b>5.3 - GESTIONE INFORMATIZZATA</b> Utilizzare software di revenue management in grado di supportare le decisioni tese ad ottimizzare i profitti sulla base di dati storici e previsionali.</p> <p><b>5.2 - STRATEGIE DI OTTIMIZZAZIONE</b> Elaborare strategie per ottimizzare i profitti agendo sia sulla riduzione dei costi che sull'aumento dei ricavi sfruttando al meglio le risorse a disposizione e le opportunità offerte dal mercato.</p> <p><b>5.1 - MONITORAGGIO REDDITIVITÀ</b> A partire dalla definizione di un sistema di indicatori di redditività dei diversi centri di costo aziendali, registrare i dati funzionali alla stesura di report periodici che evidenzino le situazioni virtuose e le eventuali criticità.</p>	Format_5D



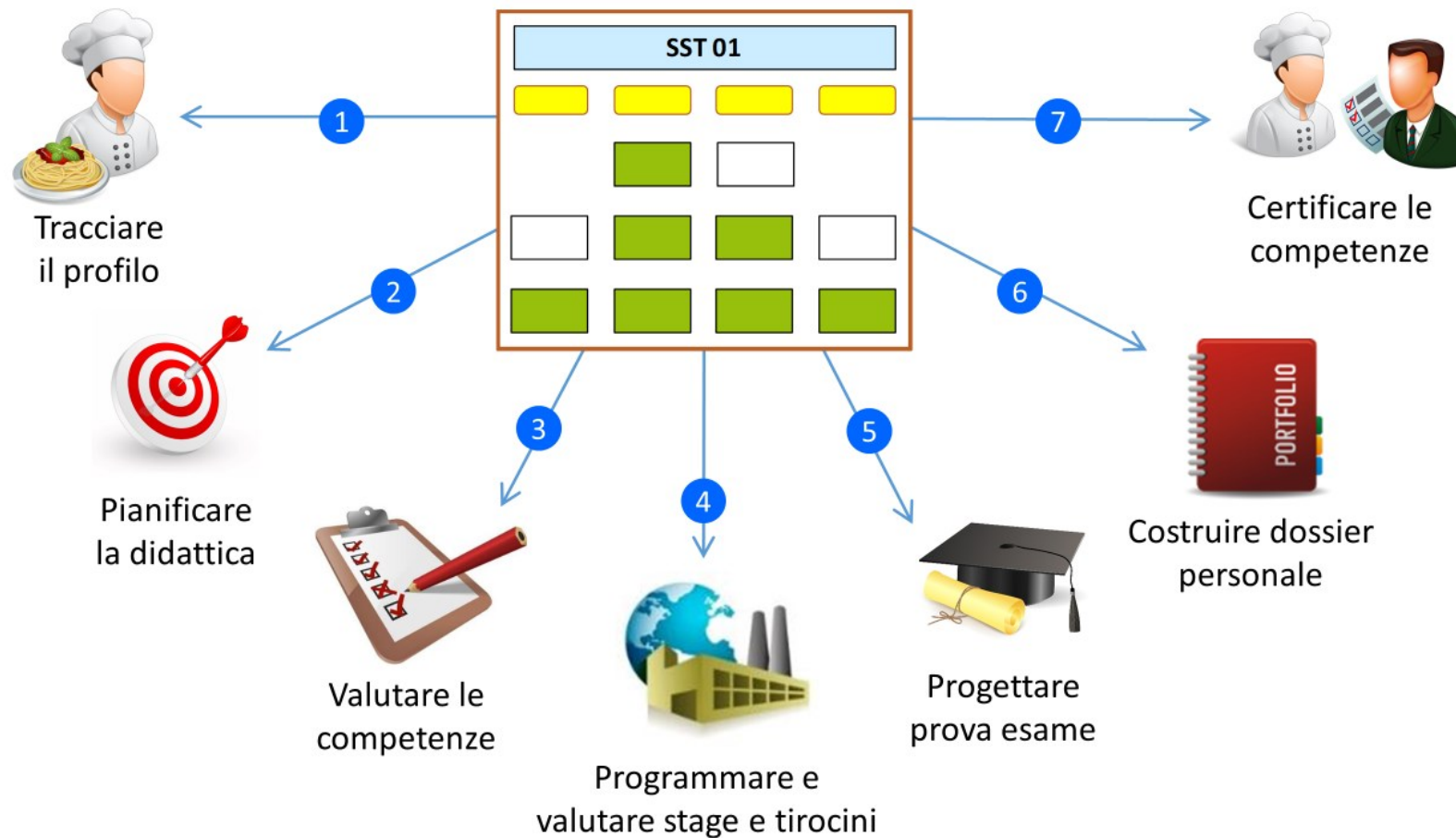
## Leggibilità e flessibilità nell'utilizzo





# TEMA 02

## La scheda SST al centro del sistema formativo



## • Processo di manutenzione e/o sviluppo di nuove competenze



- Progettisti senior
- Progettisti senior con aziende, cluster e associazioni
- Progettisti senior assieme a chi agisce quella competenza
- Soggetti istituzionali (cluster, Associazioni, Regione)
- Verifica contenuti sul campo con discenti coinvolti



## La parola alle aziende:

- Utilizzo delle SST nei processi organizzativi aziendali: l'esperienza dell'Autorità Portuale di Trieste;
- Utilizzo delle SST nella selezione del personale e nella formazione: l'esperienza di Emergency;
- Utilizzo delle SST nella valutazione del tirocinio e della successiva assunzione: l'esperienza nell'ambito delle valutazioni dei tirocini.





GRAZIE PER L'ATTENZIONE



[www.inapp.gov.it](http://www.inapp.gov.it)