Interreg MARITTIMO-IT FR-MARITIME
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale
UNIONE EUROPEA
ViviMed

T 3.4.7 Compte-rendu des sessions de coaching aux PME

REGION PILOTE DU BEIGUA

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

aspal agenzia sarda per le politiche attive del lavoro
REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA
REGIONE TOSCANA
COLLETTIVITÀ DI CORSICA COLLECTIVITÉ DE CORSE Agenzia di u Turismu di a Corsica Agence du Tourisme de la Corse
SARDEGNA RICERCHE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI FIRENZE DIDA DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA
LUCENSE
FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR
LEGAMBIENTE

TABLE DES MATIERES

INTRODUCTION	**3**
OBJECTIFS DU COACHING VIVIMED	**4**
RESEAUX D'ENTREPRISES ET GOUVERNANCE	**7**
CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	**15**

INTRODUCTION

Comme chacun sait, le terme de « coach » est un équivalent d'entraineur, et se réfère à un parcours qui part d'un point A pour arriver à un point B. Le coaching est une méthode de développement qui se base sur la découverte de ses propres potentiels, sur leur exploitation et leur valorisation ; il se caractérise par une dynamique orientée vers ce que l'on souhaite dans le futur.

Le **coaching** est un outil de développement réalisé sur mesure, dimensionné sur les ressources et les potentialités (de l'entreprise comme celles plus personnelles) ; il s'agit d'une méthode qui vise à faire émerger le meilleur de nous, à nous rendre conscient de nos propres points forts, de nos propres capacités et de la possibilité de réussir grâce à un travail méthodologique et systématique ; la maïeutique en est la colonne vertébrale.

Le **business coaching** est une intervention réalisée à la demande des entreprises et des organisations qui peuvent dans l'exercice de leur mission stratégique ou opérationnelle rencontrer des problèmes de diverses natures, et souhaitent monter des projets de développement fondés sur l'atteinte d'objectifs ambitieux et la construction d'un futur optimiste. Le coaching pour les entreprises se déploie à travers :

a) Une intervention personnalisée et fondée sur une approche créative,
b) Une relation basée sur le caractère unique de chaque personne,
c) Un voyage vers des objectifs communs et partagés,
d) Une méthode génératrice d'enrichissement et de développement personnels,
e) Un système relationnel qui induit une évolution des comportements (de l'individu / du groupe).

La finalité des activités de coaching est d'accompagner l'entrepreneur vers une forme d'**autoréalisation**, à savoir la capacité de l'être humain à développer ses propres potentialités, qu'il s'agisse de maturité intérieure, psychique et émotionnelle, que de comportement et d'action.

Pour le projet Vivimed, nous avons eu recours à un modèle de coaching dit humaniste et porté sur l'action, qui s'articule autour de la notion de « **potentiel** » et non de celle de lacune ; ce modèle prévoit un accompagnement de la personne vers le meilleur résultat possible par une approche créative et générative, où le coach ne dispense ni conseils ni recettes miracles, mais va plutôt soutenir l'individu dans l'élaboration, le suivi et l'accomplissement de programmes et d'objectifs clairs et personnels.

OBJECTIFS DU COACHING VIVIMED

1. Les objectifs généraux

Dans la construction du parcours de coaching Vivimed, nous nous sommes fixé comme objectif général de renforcer les résultats du travail mené durant les Living Lab et notamment la création de réseaux d'entreprises, posant ainsi les bases de partage des objectifs et de durée dans le temps.

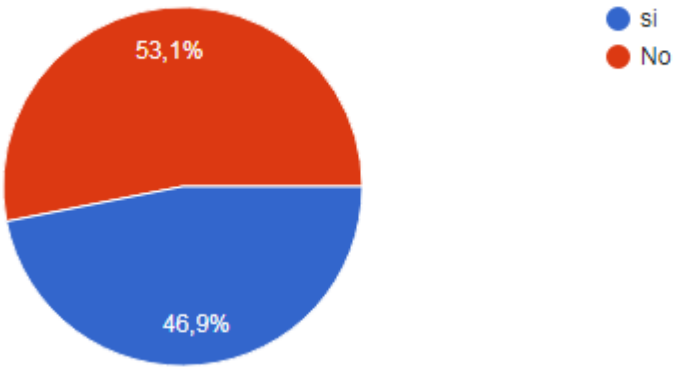
Par ailleurs, le coaching aux entrepreneurs et réseaux d'entreprises (en chantier) du projet Vivimed s'est focalisé sur l'activation de collaborations internes au groupe, et sur une confiance et un respect réciproques accrus entre les opérateurs.

2. Les objectifs spécifiques

Sur la région pilote du Beigua, les activités de coaching Vivimed ont été précédées par une analyse sur la prédisposition des opérateurs concernés concernant des activités de formation. Nous souhaitions ainsi organiser des activités en fonction des exigences réelles et du niveau d'intérêt préalable.

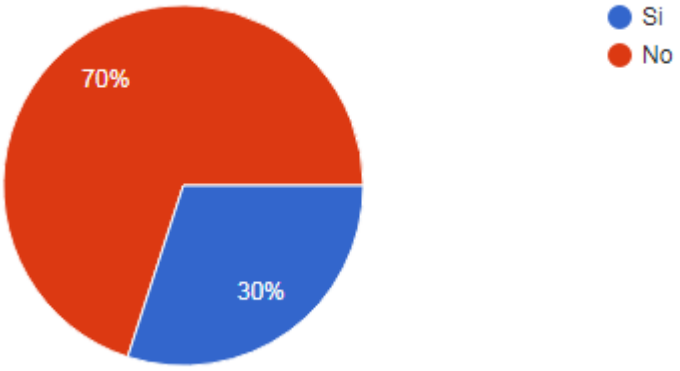
En regardant rapidement les résultats, il ressort que plus de la moitié des opérateurs ont une faible prédisposition aux activités de formation ; en effet, environ 53% des personnes interrogées n'ont pas participé à des activités de formation sur les deux dernières années.

Avez-vous ou vos collaborateurs ont-ils participé à des parcours de formation ces deux dernières années ?



Un des motifs avancés à ce déficit de formation, notamment en ce qui concerne les compétences professionnelles liées au secteur tourisme, réside dans le manque d'offre, fait confirmé par 70% des opérateurs interrogées qui ne reçoivent pas d'information sur les offres de formation.

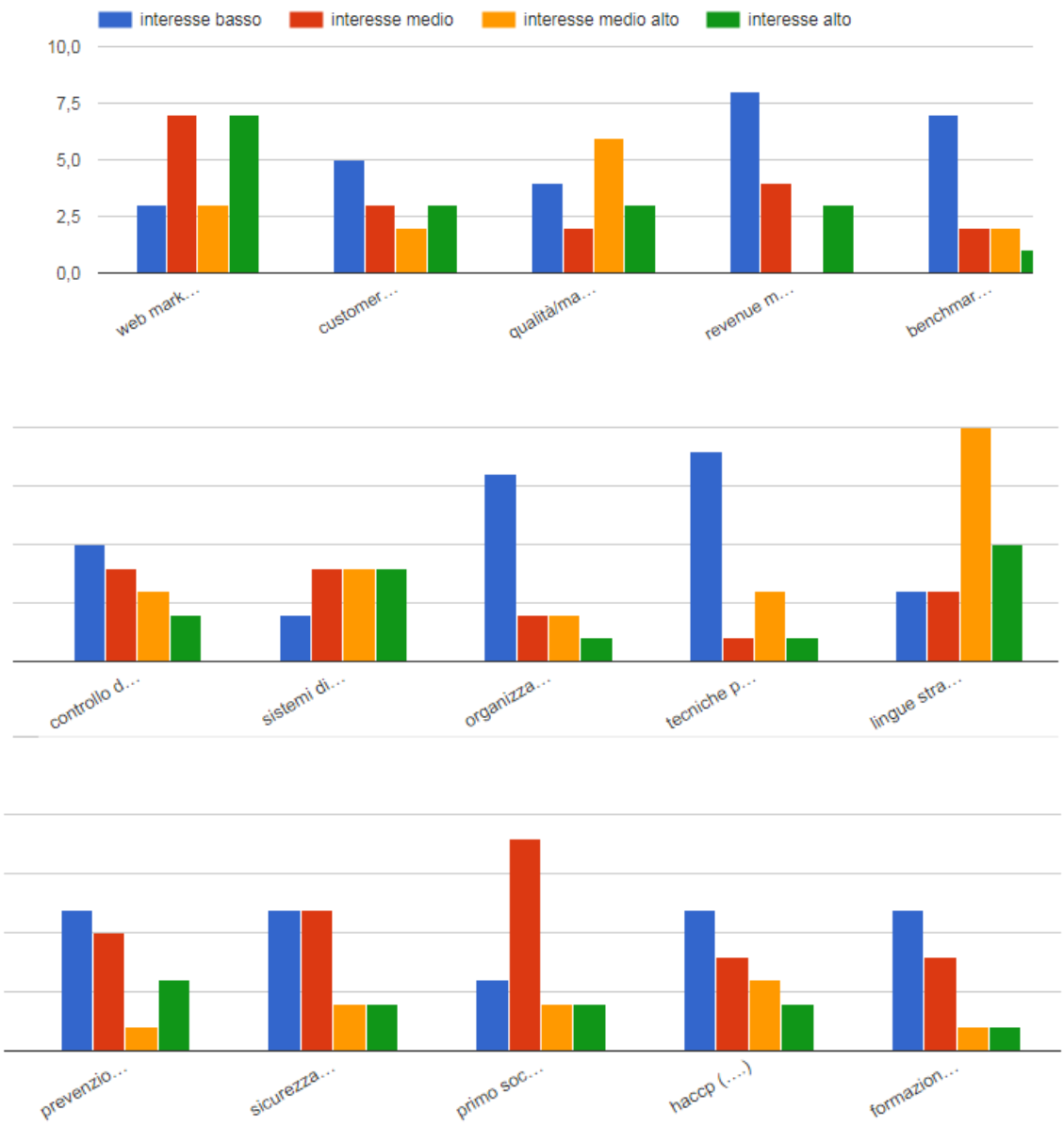
Recevez-vous souvent des informations sur les offres de formation destinées à développer vos compétences professionnelles dans le secteur touristique ?



Ci-après les thématiques privilégiées par les participants en vue de développer et d'approfondir les connaissances et le professionnalisme touristique. On remarque que le thème des collaborations et créations de réseaux formels ou informels n'apparait pas dans les principales requêtes ; toutefois nous pouvons affirmer qu'il s'agit d'une thématique transversale qui a toujours été présente dans les discussions et rencontres avec les opérateurs.

Sur quelles thématiques voudriez-vous approfondir vos connaissances ?

- Langues étrangères ;
- Communication et publicité, webmarketing ;
- Labels qualité
- Ecommerce
- Hospitalité/cuisine
- Réseaux internationaux
- Marketing et vente



Dans le cadre du projet Vivimed en Ligurie, nous avons intégré le coaching dans des ateliers dédiés au sein des Living Lab. L'objectif général poursuivi était de renforcer l'efficacité du travail mené dans les Living Lab et visant à créer des réseaux d'entreprises, créant ainsi les conditions d'un partage des objectifs et d'une durabilité dans le temps.

Le coaching proposé aux opérateurs du projet Vivimed dans le Beigua s'est focalisé sur certains domaines d'intervention :

- Faire murir une vision commune, et au moyen d'un travail de groupe, créer des synergies et des collaborations formelles et informelles ;
- Améliorer le niveau d'engagement et de motivation du groupe des opérateurs ;
- S'informer sur et évaluer les possibilités de financement pour le secteur touristique ;
- Améliorer les catégories de services et les packages touristiques, notamment avec l'aide des experts du Parc du Beigua ;
- Se former aux stratégies et aux spécificités de la communication digitale dédiée aux services touristiques.

RESEAUX D'ENTREPRISES ET GOUVERNANCE

Le parcours de coaching a été conçu dans le détail sur les différentes exigences résultant des analyses préalables. Il s'est déroulé sur plusieurs séances ouvertes, auxquelles ont assisté les opérateurs ayant intervenu durant les Living Lab. Les séances de coaching ont été animées par des professionnels avec la collaboration de médiateurs. En voici une présentation des activités abordées.

1. Observatoire Touristique Régional de la Ligurie

Après une brève introduction sur l'Observatoire Touristique Régional de la Ligurie, **Giovanna Pizzi** a porté l'attention sur le Comité Technique, organe préposé à la planification stratégique des activités. Ce dernier est également censé recueillir les attentes émanant des associations professionnelles sur lesquelles s'appuie la mise en œuvre de la programmation d'interventions.

Ensuite, l'experte a présenté la planification des activités pour 2018, parmi lesquelles on retrouve dans les grandes lignes :

- L'enquête annuelle de satisfaction clients ;
- L'information et l'assistance aux opérateurs touristiques ;
- Les activités de coordination et de communication ;
- L'analyse sur la rentabilité des entreprises d'hébergement ;

- Les activités d'échange avec les acteurs du territoire.

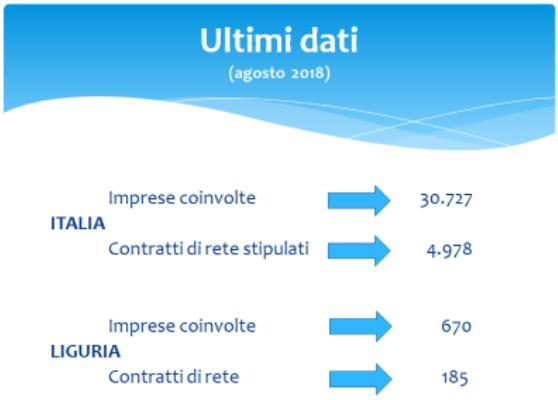
En parallèle, Giovanna Pizzi a fourni une analyse sur les arrivées et les séjours des dix dernières années, et mis l'accent sur les dépenses des touristes en Ligurie.

2. Réseaux d'entreprises en Ligurie

Au cours de ce coaching, la présentation d'un rapport de la Dottoressa **Elena Magni**, Directrice des Professions et Projets Touristiques à la Région Ligurie, a porté l'attention sur les opportunités de financement dédiées aux entreprises touristiques prévues par le Fonds Stratégique Régional.

En abordant le thème des réseaux d'entreprises, ce rapport a mis l'accent sur les aspects pratiques de leur formalisation, les points importants et la procédure à suivre une fois qu'ils sont officialisés sur un contrat.

Il a également présenté des cas concrets d'entreprises ayant créé avec succès des réseaux similaires (best practice), avec une attention particulière sur les retombées, incluant les points forts comme les points faibles.



3. Le tourisme nouvelle génération : expérientiel et durable

Luigi Montrasio et **Manuela Bolchini**, représentant respectivement Equotube et I Viaggi del Sogno, ont prodigué des conseils à partir de leur expérience sur les façons de promouvoir au mieux les itinéraires proposés par les participants des Living Lab Vivimed du Beigua.

Afin d'assurer concrètement la promotion d'un itinéraire - et donc de le vendre – il est conseillé de suivre certaines règles :

- Donner un titre clair au parcours qui permette de comprendre immédiatement de quoi il s'agit ;
- Bien définir la cible à laquelle le parcours s'adresse ; en visant un public trop générique, on risque de passer à côté de la réelle cible du parcours ;
- Chaque étape, chaque activité doivent répondre à un besoin ;
- Toujours préciser le nombre minimum et maximum de participants ;
- Eviter de citer des noms d'hôtels, de restaurants etc. pour éviter que les touristes contactent ces structures en direct afin d'obtenir des prix plus avantageux ;
- Réfléchir à un itinéraire pet-friendly ;
- Définir des tags pour chaque itinéraire, de manière à pouvoir les retrouver facilement en ligne au moyen de ces mots-clés.

4. Les itinéraires revisités par les experts du Parc du Beigua

Dans son intervention lors du parcours coaching, **Claudia Fiori du Parc du Beigua** a fait le point sur la réflexion menée avec les opérateurs participants et la coopérative Dafne pour définir et rendre concrets les itinéraires imaginés lors des Living Lab.

En effet, les séances de coaching qui se sont tenues le 3 décembre à Sassello et le 6 décembre à Rossiglione ont donné lieu à une analyse ponctuelle de faisabilité de ces itinéraires, fondée sur l'articulation de services complémentaires pour une mise en place à court terme.

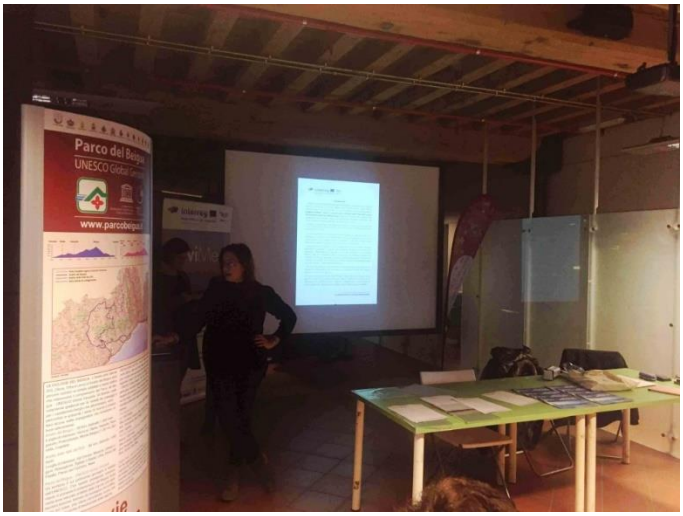
A la lumière de ces derniers échanges, les parcours définitifs ont été actés. Ils seront intégrés au **Catalogue Transfrontalier Ecotourisme Vivimed** et pourront être commercialisés.

5. L'importance des réseaux d'entreprises et de la collaboration entre opérateurs

Valentina Mazzarelli de Festambiente a également participé au parcours de coaching Vivimed du Beigua. Elle a souligné l'importance que les opérateurs touristiques restent en contact et se regroupent en réseaux. L'objectif de son intervention a consisté à inciter les opérateurs à ne pas « délaisser » les itinéraires créés et à les promouvoir de manière concertée car ils sont essentiels pour le territoire.

Comme il est ressorti du coaching du 26 octobre 2018 et notamment des contributions de Giovanna Pizzi de l'Unioncamere Ligurie et de Elena Magni sur le Fonds Stratégique Régional troisième mesure/tourisme et sur les Réseaux d'Entreprises, ces derniers s'avèrent d'excellents instruments pour renforcer des collaborations, capables de se traduire en projets et donc en financements intéressants que ces régions intérieures ont généralement du mal à capter.

La Déclaration d'intention Vivimed représente un premier pas vers ce parcours de coopération territoriale.



6. Marketing émotionnel et storytelling pour la communication touristique

Au sein du parcours coaching dédié au Beigua est également intervenue **Margherita Ambrogetti Damiani**, experte en communication. Elle a présenté aux opérateurs de manière très efficace les stratégies qui se sont avérées les mieux indiquées pour promouvoir avec succès les produits touristiques sur les réseaux sociaux.

7. Déclarations d'intentions pour les futurs réseaux

Les activités de coaching ont permis de faire émerger des idées de futurs réseaux d'entreprises ; c'est ainsi qu'ont été **signées des déclarations d'intention** que l'on peut résumer via les quatre points suivants :

1. *Les entreprises signataires ont confirmé leur disponibilité réciproque à collaborer sur des activités d'intérêt mutuel afin de définir des services écotouristiques innovants qui soient en mesure de développer l'offre touristique du territoire – d'un point de vue écocompatible – et de contribuer à son repositionnement sur le marché du tourisme expérientiel, rural et outdoor.*
2. *Les objectifs de cette collaboration active entre les entreprises ayant souscrit à la présente déclaration d'intention s'expriment à travers la promotion d'un tourisme expérientiel, en immersion et actif, qui soit en mesure de favoriser la connaissance et la jouissance des ressources du territoire grâce à des services innovants, coordonnés et écocompatibles qui valorisent les caractéristiques et identités locales, en soutien à la sauvegarde du territoire.*
3. *La possibilité d'apporter sa contribution aux objectifs fixés et partagés est ouverte à d'autres entreprises, associations et organisations œuvrant dans le secteur touristique ou dans des secteurs annexes, dans le but de rendre ces synergies encore plus bénéfiques et d'intégrer les compétences de tous.*
4. *A la lumière de cette collaboration, les entreprises signataires pourront, que ce soit au regard des activités à mettre en place ou afin de bénéficier de soutiens financiers locaux, régionaux, nationaux et communautaires, se mettre d'accord pour la formaliser sous une forme juridique adéquate, à définir en fonction des activités prévues (ex : association temporaire d'entreprises, réseaux d'entreprises etc.).*

Plus d'une dizaine d'opérateurs ont signé la Déclaration d'intention pour adhérer à un futur réseau d'entreprises. Ce document, qui se définit comme un horizon à atteindre, confère une certaine valeur à la conclusion du parcours participatif Vivimed et inscrit l'avènement d'un nouveau tourisme dans le Beigua qui appelle au travail en réseau et à la coopération territoriale en faveur d'une offre intégrée, complémentaire et durable.

Interreg
UNIONE EUROPEA
MARITTIMO-IT FR-MARITIME
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

ViviMed

La cooperazione al cuore del Mediterraneo
La coopération au cœur de la Méditerranée

aspal agenzia sarda per le politiche attive del lavoro
REGIONE AUTÒNOMA DE SARDIGNA REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA
REGIONE TOSCANA
CULLETTIVITÀ DI CORSICA COLLECTIVITÉ DE CORSE Agenzia di u Turismu di a Corsica Agence du Tourisme de la Corse
SARDEGNA RICERCHE
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI FIRENZE DIDA DIPARTIMENTO DI ARCHITETTURA
LUCENSE
FRANCE NATURE ENVIRONNEMENT PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR
LEGAMBIENTE

Conclusions et recommandations

Au cours de la dernière phase de ces rendez-vous, où les participants ont échangé leurs opinions sur une série de données, ont émergé les points suivants :

- Il existe sur le territoire du Beigua des collaborations et réseaux informels qui ont été consolidés par l'expérience Vivimed et peuvent servir de base à la création de réseaux d'entreprises ;
- Sur ce même territoire ligure sont également présents des réseaux formalisés (associations et consortium) qui ne collaborent pas toujours aujourd'hui en raison d'une défiance mutuelle ;
- De manière générale, nous avons remarqué un léger pessimisme lorsque l'on aborde la création de réseaux d'entreprises, motivé par l'idée de ne pas s'ouvrir à la concurrence ;
- En revanche d'autres acteurs font preuve d'une réelle volonté de collaborer et d'échanger des informations, garantie de liens fructueux dans le futur ;
- La région peut s'appuyer sur le rôle de promoteur touristique joué par le Parc du Beigua.

Sur ce dernier point, l'importante mission de mobilisation et de promotion touristique assumée par le Parc du Beigua est une des conclusions de ce coaching. En plus de renforcer l'offre de tourisme actif et nature (mise en place d'aires équipées ; accroissement du nombre de sentiers de trekking et de cyclo-randonnée ; activités d'éducation à l'environnement ; animation territoriale etc.) il a promu d'importantes initiatives pour mobiliser, regrouper et qualifier l'offre touristique sous le label « Savoureux par nature » (Gustosi per natura) et « Hospitaliers par nature » (Ospitali per natura).

En effet la création de ce label unique a répondu à une attente des opérateurs sur la facilitation d'une mise en réseau des structures et la création d'une marque facilement reconnaissable qui promeuve le territoire en mettant l'accent sur l'authenticité des produits typiques et l'hospitalité des structures d'hébergement.

A l'issue du parcours de coaching le rôle de gouvernance territoriale porté par le Parc est apparu évident et à l'avenir il pourra être de nouveau sollicité, notamment pour l'élargissement du réseau des services expérientiels et des activités touristiques innovantes.

Notes techniques

Le coaching a été développé par Circolo Festambiente avec la direction technique de Simurg et la contribution du Parc Régional du Beigua.