T 3.4.7 Report delle sessioni di coaching alle PMI

AREA PILOTA BEIGUA

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

INDICE

INTRODUZIONE 3

OBIETTIVI DEL COACHING VIVIMED 4

RETI DI IMPRESA E GOVERNANCE 7

CONCLUSIONI E RACCOMANDAZIONI 15

INTRODUZIONE

Come molti sanno, il termine Coach significa allenatore e indica un percorso da compiersi da un punto di partenza ad un punto di arrivo. Il coaching è un metodo di sviluppo fondato sulla scoperta, l'utilizzo e la valorizzazione delle potenzialità; è caratterizzato dal movimento verso ciò che si desidera nel futuro.

Il **Coaching** è un processo di sviluppo cucito su misura, tarato sulle risorse e sulle potenzialità (dell'impresa e personali); è un metodo per estrarre il meglio di sé, per acquisire l'indispensabile consapevolezza dei propri punti di forza, delle proprie abilità e della possibilità di raggiungere il successo attraverso un impegno processuale e sistematico; il dialogo maieutico è l'asse portante.

Il **business coaching** è un intervento richiesto dalle imprese e dalle diverse organizzazioni che, nell'esercizio della loro funzione strategica e operativa, possono incontrare problemi di diversa natura e che intendono costruire progetti di sviluppo fondati sul raggiungimento di obiettivi sfidanti e sull'ottenimento di un futuro positivo. Il coaching per le imprese si sviluppa attraverso:

a) un intervento personalizzato fondato su un metodo creativo,

b) una relazione processuale basata sull'unicità della persona,

c) un viaggio verso mete condivise e concordate,

d) un metodo generativo che produce arricchimento e sviluppo,

e) un sistema relazionale che induce un'evoluzione comportamentale (del singolo/del gruppo).

Il fine ultimo delle attività di coaching è quello di accompagnare l'imprenditore verso **l'autorealizzazione**, ovvero la propensione dell'essere umano a realizzare le proprie potenzialità, sia dal punto di vista della maturazione interiore, psichica ed emotiva, sia da quello del comportamento e dell'azione.

Per il progetto Vivimed, si è utilizzato un modello di coaching cosiddetto umanistico e volto all'azione, che considera fondante la logica del "**potenziale**" e non del "deficit"; che prevede l'accompagnamento della persona verso il massimo rendimento all'interno di una logica creativa e generativa, in cui il coach non suggerisce consigli o impartisce ricette miracolose, bensì sostiene l'individuo nell'elaborare, monitorare e realizzare programmi e obiettivi chiari e personali.

OBIETTIVI DEL COACHING VIVIMED

1. Gli obiettivi generali

Nella progettazione del percorso di coaching Vivimed si è scelto come obiettivo generale quello di rafforzare l'efficacia del lavoro condotto durante i Living Lab e finalizzato alla creazione di **reti di imprese**, ponendo in tal modo i presupposti per condividere obiettivi e per durare nel tempo.

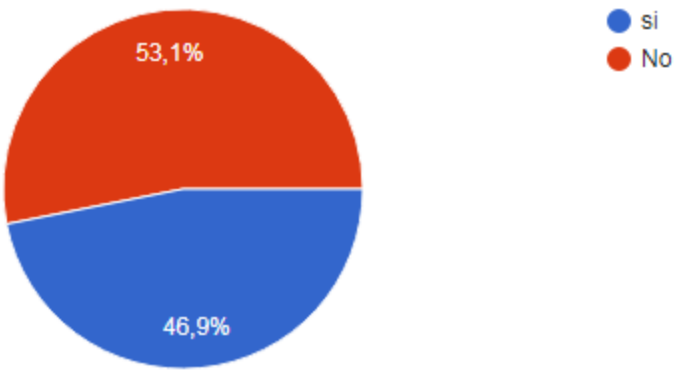
Inoltre il coaching rivolto agli imprenditori e alle reti (in formazione) del progetto Vivimed si è concentrato sull'attivazione delle **collaborazioni** all'interno del gruppo e sull'aumento della **fiducia e del rispetto** reciproco tra gli operatori.

2. Gli obiettivi specifici

Nel territorio pilota del Beigua, le attività di coaching vivimed sono state precedute da una analisi sulla predisposizione allo svolgimento delle attività formative da parte degli operatori coinvolti. In questo modo si è voluto progettare le attività sulla base delle effettive esigenze e sulla base del livello di interesse preliminare.

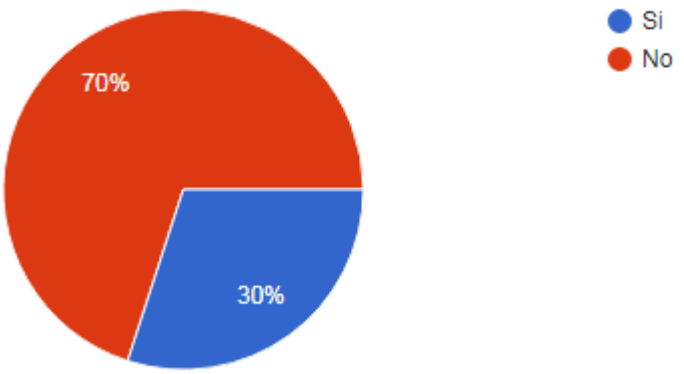
Scorrendo brevemente i risultati emerge che oltre la metà degli operatori hanno una scarsa predisposizione alle attività formative; infatti circa il 53% di coloro che hanno risposto non hanno partecipato ad attività formative negli ultimi due anni.

Lei o i suoi collaboratori avete partecipato ad attività formative negli ultimi due anni?



Uno dei motivi di questa mancanza di formazione, soprattutto nel campo delle competenze professionali nel settore turistico, va ricercata sulla carenza dell'offerta confermata dal fatto che oltre il 70% degli operatori che hanno risposto non riceve informazioni su possibili corsi di formazione.

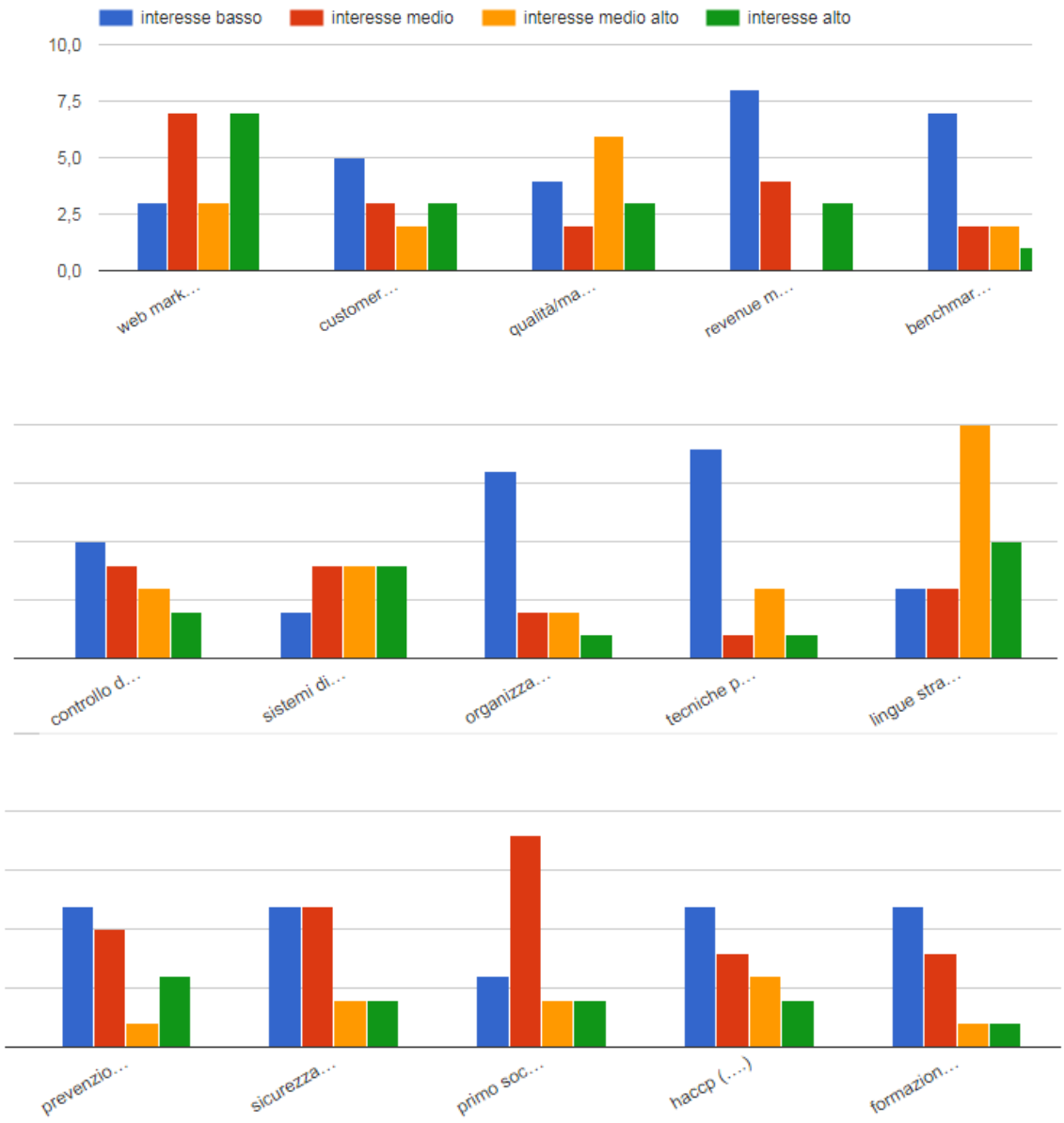
Riceve spesso informazioni sulle possibili attività formative per accrescere le sue competenze professionali nel settore turistico?



Di seguito i temi ritenuti più interessanti, dagli operatori, su cui sviluppare e approfondire le conoscenze e le professionalità turistiche. Come possiamo vedere il tema della collaborazione e della creazione di reti formali o informali non compare tra le principali esigenze; tuttavia possiamo dire che questo è un tema trasversale che è sempre presente durante le discussioni e gli incontri con gli operatori.

Su quali temi vorresti approfondire le tue conoscenze?

- lingue straniere;
- comunicazione e pubblicità, web marketing;
- marchi di qualità;
- e.commerce;
- ricevimento/cucina;
- networking internazionale;
- marketing e vendite.



Nello sviluppo del progetto Vivimed in Liguria, il percorso di coaching è stato inserito in specifici laboratori all'interno dei Living Lab. L'obiettivo generale è stato quello di rafforzare

l'efficacia del lavoro condotto durante i Living Lab e finalizzato alla creazione di reti di imprese, ponendo in tal modo i presupposti per condividere obiettivi e per durare nel tempo.

Il coaching rivolto agli operatori del progetto Vivimed nel Beigua si è concentrato su alcune specifiche aree di intervento:

- Maturare una visione comune e attraverso il lavoro di gruppo creare sinergie e possibili collaborazioni formali e informali;
- Migliorare il grado di attivazione e motivazione del gruppo degli operatori;
- Venire a conoscenza e valutare opportunità di finanziamenti per il settore turistico;
- Migliorare le tipologie di servizi e pacchetti turistici anche con l'aiuto degli esperti del Parco del Beigua;
- Apprendere le strategie e le caratteristiche della comunicazione social dei servizi turistici.

RETI DI IMPRESA E GOVERNANCE

Il percorso di coaching è stato progettato nel dettaglio sulla base delle differenti esigenze emerse dalle analisi preliminari, e si è articolato attraverso diverse sedute aperte a cui hanno partecipato gli operatori che sono intervenuti ai Living Lab. Le sessioni di coaching sono state guidate da professionisti, che hanno condotto le attività con la collaborazione dei facilitatori, di seguito una rappresentazione delle attività svolte.

1. Osservatorio Turistico Regionale della Liguria

Giovanna Pizzi, dopo una breve introduzione sulla nascita dell'Osservatorio Turistico Regionale della Liguria, ha posto particolare attenzione al Tavolo Tecnico che è l'organo preposto alla pianificazione strategica delle attività. Esso cerca anche di raccogliere le esigenze che sul territorio emergono dalle associazioni di categoria con le quali si attiva la programmazione degli interventi.

L'esperta, ha, inoltre, esposto il piano di attività del 2018 tra cui emergono, come attività principali:

- l'indagine annuale di customer satisfaction;
- l'informazione e assistenza agli operatori turistici;
- le attività di coordinamento e comunicazione;
- l'analisi sulla redditività delle imprese ricettive;
- attività di condivisione con gli stakeholders del territorio

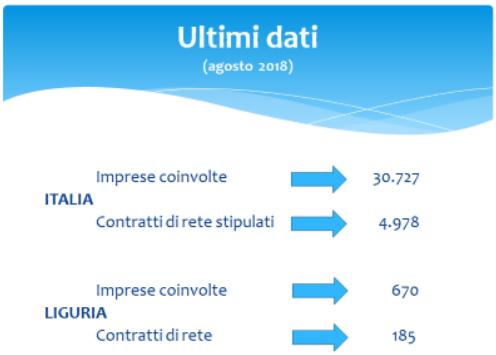
Contestualmente, Giovanna Pizzi, ha fatto un'analisi sugli arrivi e le presenze degli ultimi dieci anni ed ha evidenziato la spesa dei turisti, in Liguria.

2. Reti di impresa in Liguria

Nel corso del percorso di coaching è stata illustrata una relazione della dott.ssa **Elena Magni**, Dirigente Professioni e Progetti Turistici della Regione Liguria, nella quale si è posto l'attenzione sulle opportunità di finanziamento alle imprese turistiche previste dal Fondo Strategico Regionale.

La relazione ha preso in considerazione il concetto di reti di impresa, con particolare riferimento agli aspetti pratici relativi a come si formalizzano, quali sono i punti di forza e quale è l'iter che deve seguire una volta contrattualmente stipulata.

Sono stati inoltre presentati alcuni casi di aziende che hanno costituito reti di impresa (best practice) con relative spiegazioni sulle ricadute compresi punti di forza e punti di debolezza.



3. I nuovi turismi esperienziali e sostenibili

Luigi Montrasio e **Manuela Bolchini**, in rappresentanza di Equotube e I Viaggi del Sogno, sulla base della loro esperienza, hanno dato consigli su come organizzare a promuovere al meglio gli itinerari proposti dagli operatori in occasione del Living Lab Vivimed del Beigua.

In particolare, affinché un itinerario sia realmente promuovibile e, di conseguenza, vendibile, deve avere le seguenti caratteristiche:

- Avere un titolo chiaro dal quale si capisca immediatamente cosa si andrà a fare;
- Lavorare bene sul target a cui è rivolto l'itinerario. Con target troppo generici si rischia di non includere le persone a cui è realmente rivolto il percorso;
- Ogni tappa, ogni attività deve avere "un perché" la si propone;
- Indicare sempre il numero minimo e massimo delle persone a cui è rivolto l'itinerari;
- Evitare nomi di alberghi, ristoranti, etc per evitare che il turista provveda, in autonomia, a contattare le strutture per trovare prezzi più vantaggiosi;
- Pensare a qualche itinerario pet-friendly;
- Per ogni itinerario scrivere dei tag, vale a dire quelle parole chiare che rendano facilmente individuabile online l'itinerario

4. Gli itinerari rivisti dagli esperti del Parco del Beigua

Claudia Fiori dell'Ente Parco del Beigua, con il suo intervento all'interno del percorso di coaching, ha fatto il punto sul percorso che, con gli operatori turistici e la cooperativa Dafne, è stato condotto per definire e rendere maggiormente spendibili gli itinerari elaborati durante i Living Lab.

Con i coaching del 3 dicembre 2018 a Sassello e del 6 dicembre a Rossiglione, infatti, si è proceduto ad una puntuale analisi di fattibilità degli itinerari sulla base della complementarietà dei servizi da mettere in rete per una loro concretizzazione già nel breve periodo.

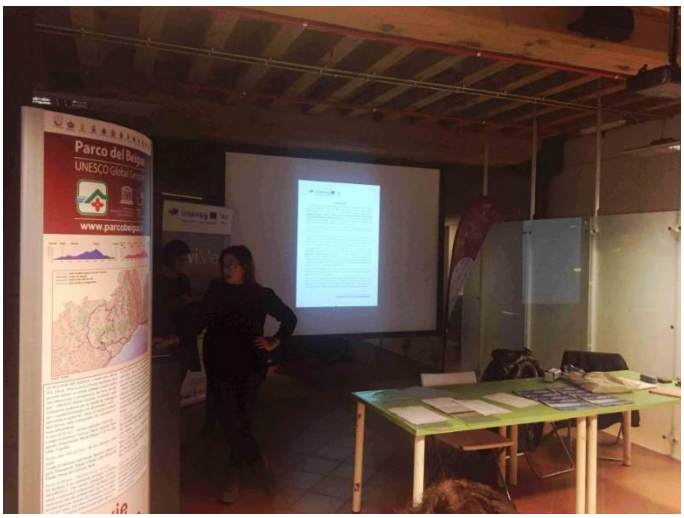
Alla luce di questo ulteriore confronto, sono stati elaborati gli itinerari definitivi che entreranno a far parte del **Catalogo Transfrontaliero Ecoturismo Vivimed** e che potranno essere commercializzati.

5. L'importanza delle reti di impresa e della collaborazione tra operatori

Valentina Mazzarelli di Festambiente ha preso parte al percorso di coaching Vivimed del Beigua attraverso un intervento in cui ha messo in evidenza l'importanza, per gli operatori turistici, di restare in contatto e di fare rete. L'obiettivo del suo intervento è stato quello di motivare gli operatori a non "abbandonare" gli itinerari creati e di promuoverli in maniera unitaria perché comunque importanti per il territorio.

Come infatti emerso durante il Coaching del 26 ottobre 2018 dai contributi di Giovanna Pizzi di Unioncamere Liguria e di Elena Magni sul Fondo strategico regionale terza misura/turismo e sulle Reti di Impresa, proprio le reti di impresa possono rappresentare degli ottimi strumenti di consolidazione di collaborazioni, capaci di tradursi in progettualità e conseguentemente in interessanti contributi che altrimenti le aree interne hanno difficoltà ad intercettare.

La Dichiarazione d'Intenti ViviMed rappresenta un primo passo verso questo percorso di cooperazione territoriale.



6. Marketing emozionale e storytelling per la comunicazione turistica

Altro intervento all'interno del percorso coaching svolto nel Beigua, è stato quello di **Margherita Ambrogetti Damiani, esperta di comunicazione**, che in modo molto efficace ha esposto agli operatori turistici quali strategie risultano essere maggiormente indicate al fine di promuovere, con successo, prodotti attraverso i canali social.

7. Dichiarazioni d'Intenti per future reti

Grazie alle attività di coaching, sono venute fuori alcune idee di future di reti di impresa; a questo proposito **sono state firmate delle dichiarazioni di intenti** che possono riassumersi nei seguenti quattro punti:

1. *Le imprese firmatarie hanno verificato la reciproca disponibilità a collaborare su attività di comune interesse al fine dell'individuazione di servizi ecoturistici innovativi in grado di potenziare l'offerta turistica del territorio – in chiave eco-compatibile – e contribuire a un suo riposizionamento nel mercato del turismo esperienziale, rurale e outdoor.*
2. *Gli obiettivi che si intendono perseguire attraverso la collaborazione attiva tra le imprese che hanno sottoscritto la presente dichiarazione d'intenti sono la promozione di un turismo esperienziale, immersivo e attivo in grado di favorire la conoscenza e la fruizione del territorio attraverso servizi innovativi, coordinati ed eco-compatibili che valorizzino le tipicità e identità territoriali e favoriscano la salvaguardia del territorio.*
3. *La possibilità di collaborare sugli obiettivi definiti e condivisi è aperta ad altre imprese, associazioni e organizzazioni operanti nel settore turistico o in quello complementare, al fine di rendere la collaborazione stessa più proficua e poter integrare le rispettive competenze.*
4. *Alla luce di questa collaborazione, le imprese firmatarie, sia in termini di attività da svolgere sia al fine di beneficiare di contributi finanziari locali, regionali, nazionali e comunitari, potranno convenire, al momento opportuno, di istituzionalizzare questa collaborazione sotto la forma giuridica più appropriata, da individuare in funzione delle attività da realizzare (es. ATI, reti di impresa ecc.).*

Oltre una decina di operatori hanno firmato la Dichiarazione d'Intenti per aderire ad una eventuale rete di impresa. Un documento che vuole rappresentare un traguardo e che, in modo simbolico, ha valorizzato la chiusura del percorso partecipativo Vivimed e la nascita di un nuovo modo di fare turismo nel Beigua stimolando il lavoro in rete e la cooperazione territoriale per un'offerta integrata, complementare e sostenibile.

Conclusioni e raccomandazioni

Durante l'ultima fase dell'incontro, nella quale gli operatori presenti si sono scambiati opinioni rispetto ad una serie di evidenze, è emerso quanto segue:

- Nel territorio del Beigua esistono alcune collaborazioni e reti informali che sono state rafforzate dall'esperienza Vivimed e che possono costituire la base per la creazione di reti di impresa;
- Nello stesso territorio ligure sono presenti anche reti formali (associazioni e consorzi) che per il momento non sempre collaborano a causa di diffidenza reciproca;
- In generale si avverte un leggero pessimismo all'idea che possano crearsi delle reti d'impresa tra i vari operatori perché prevale l'idea di non aprirsi alla concorrenza;
- Alcuni soggetti, al contrario, respirano aria di collaborazione e buoni scambi di informazioni che garantiscono legami proficui;
- Il territorio può avvalersi del ruolo di promozione turistica svolta dal Parco del Beigua.

A proposito di questo ultimo punto, nel corso delle attività di coaching è emerso l'importante ruolo di aggregazione e promozione turistica svolta dal Parco del Beigua che oltre a potenziare l'offerta di turismo attivo e naturalistico (realizzazione di aree attrezzate; incremento della sentieristica per trekking e biking; attività di educazione ambientale; animazione territoriale, ecc.) ha promosso importanti iniziative per incentivare l'aggregazione e la qualificazione dell'offerta turistica attraverso il Marchio del Parco "Gustosi per Natura" e "Ospitali per natura".

La creazione di un marchio unico risponde, infatti, all'esigenza emersa, da parte degli operatori, di facilitare la messa in rete delle aziende e di creare un brand facilmente riconoscibile e che promuova il territorio evidenziando aspetti legati alla genuinità dei prodotti tipici e all'ospitalità delle attività ricettive.

Al termine del percorso di coaching è apparso chiaro il ruolo di governance territoriale che ha attualmente l'Ente Parco e che in futuro potrà essere ulteriormente sfruttato anche per l'allargamento della rete dei servizi esperienziali e delle attività turistiche innovative.

Note tecniche

Il Coaching è stato curato da Circolo Festambiente con la direzione tecnica di Simurg e il contributo del Parco Regionale del Beigua.