T 3.4.7 Rapport de sessions de coaching

par LUCENSE
avec la contribution des partenaires du projet

ZONE PILOTE AMIATA

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

INDEX

INTRODUCTION 3

1. OBJECTIFS DE COACHING VIVIMED 4

2. RÉSEAUX D'AFFAIRES ET GOUVERNANCE 9

3. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONSON 18

INTRODUCTION

Comme beaucoup le savent, le terme Coach signifie entraîneur et indique un chemin à suivre d'un point de départ à un point d'arrivée. Le coaching est une méthode de développement basée sur la découverte, l'utilisation et la valorisation du potentiel; il se caractérise par un mouvement vers ce qui est souhaité dans le futur.

Le **Coaching** est un processus de développement sur mesure, basé sur les ressources et le potentiel (de l'entreprise et personnel); c'est une méthode pour extraire le meilleur de soi-même, pour acquérir la conscience indispensable de ses forces et de ses capacités et de la possibilité de réussir grâce à un engagement procédural et systématique; le dialogue maïeutique est la colonne vertébrale.

Le **coaching professionnel** est une intervention requise par les entreprises et les différentes organisations qui, dans l'exercice de leurs fonctions stratégique et opérationnelle, peuvent rencontrer des problèmes de nature différente et qui ont pour objectif de construire des projets de développement fondés sur la réalisation d'objectifs ambitieux et sur avenir positif. Le coaching professionnel se développe à travers:

a) une intervention personnalisée basée sur une méthode créative,

b) une relation procédurale basée sur le caractère unique de la personne,

c) un voyage vers des destinations partagées et convenues,

d) une méthode générative qui produit enrichissement et développement,

e) un système relationnel induisant une évolution comportementale (de l'individu / du groupe).

Le but des activités de coaching est d'accompagner l'entrepreneur dans la réalisation de soi, ou la propension de l'être humain à réaliser son propre potentiel, à la fois du point de vue de la maturation intérieure, psychique et émotionnelle, et de celui du comportement et du comportement. action.

Pour le projet Vivimed, un modèle de coaching dit humaniste et orienté vers l'action a été utilisé, qui considère la logique du "**potentiel**" et non du "déficit" comme fondamentale; qui fournit l'accompagnement de la personne vers la performance maximale dans une logique créative et générative, dans laquelle le coach ne suggère pas de conseils ni ne donne de recettes miraculeuses, mais soutient plutôt l'individu dans l'élaboration, le suivi et la mise en œuvre de programmes et d'objectifs clairs personnel.

1. OBJECTIFS DE COACHING VIVIMED

Les objectifs généraux

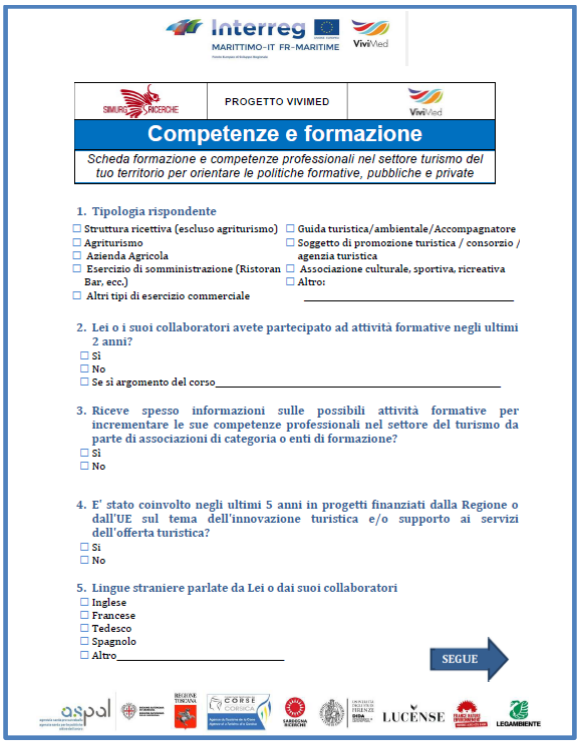
Lors de la conception du parcours de coaching Vivimed, l'objectif général était de renforcer l'efficacité des travaux menés au cours des Living Labs et de créer des réseaux d'affaires, posant ainsi les bases d'un partage des objectifs et d'une durabilité dans le temps..

De plus, le coaching destiné aux entrepreneurs et aux réseaux (en formation) du projet Vivimed était axé sur l'activation des **collaborations** au sein du groupe et sur le renforcement de la confiance et du respect mutuel entre les opérateurs..

Les objectifs spécifiques

Dans le territoire pilote Amiata, les activités de coaching animées ont été précédées par une analyse de la prédisposition à mener les activités de formation par les opérateurs impliqués. De cette façon, nous voulions concevoir les activités en fonction des besoins réels et du niveau d'intérêt préliminaire..

À cette fin, tous les participants ont reçu **un formulaire pour identifier les besoins en formation** et vérifier les compétences présentes chez les voyagistes.



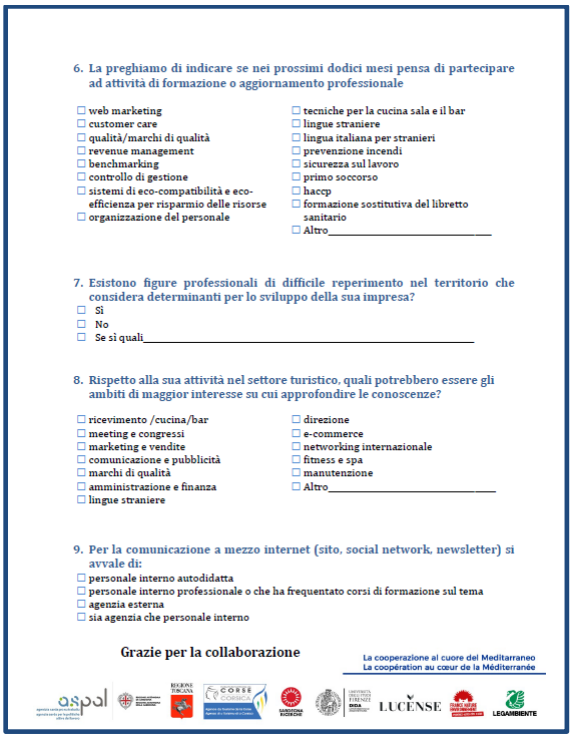
PROGETTO VIVIMED

Competenze e formazione

Scheda formazione e competenze professionali nel settore turismo del tuo territorio per orientare le politiche formative, pubbliche e private

1. Tipologia rispondente
   - ☐ Struttura ricettiva (escluso agriturismo)
   - ☐ Agriturismo
   - ☐ Azienda Agricola
   - ☐ Esercizio di somministrazione (Ristoran Bar, ecc.)
   - ☐ Altri tipi di esercizio commerciale
   - ☐ Guida turistica/ambientale/Accompagnatore
   - ☐ Soggetto di promozione turistica / consorzio / agenzia turistica
   - ☐ Associazione culturale, sportiva, ricreativa
   - ☐ Altro: _____
2. Lei o i suoi collaboratori avete partecipato ad attività formative negli ultimi 2 anni?
   - ☐ Sì
   - ☐ No
   - ☐ Se sì argomento del corso_____
3. Riceve spesso informazioni sulle possibili attività formative per incrementare le sue competenze professionali nel settore del turismo da parte di associazioni di categoria o enti di formazione?
   - ☐ Sì
   - ☐ No
4. E' stato coinvolto negli ultimi 5 anni in progetti finanziati dalla Regione o dall'UE sul tema dell'innovazione turistica e/o supporto ai servizi dell'offerta turistica?
   - ☐ Sì
   - ☐ No
5. Lingue straniere parlate da Lei o dai suoi collaboratori
   - ☐ Inglese
   - ☐ Francese
   - ☐ Tedesco
   - ☐ Spagnolo
   - ☐ Altro_____

SEGUE



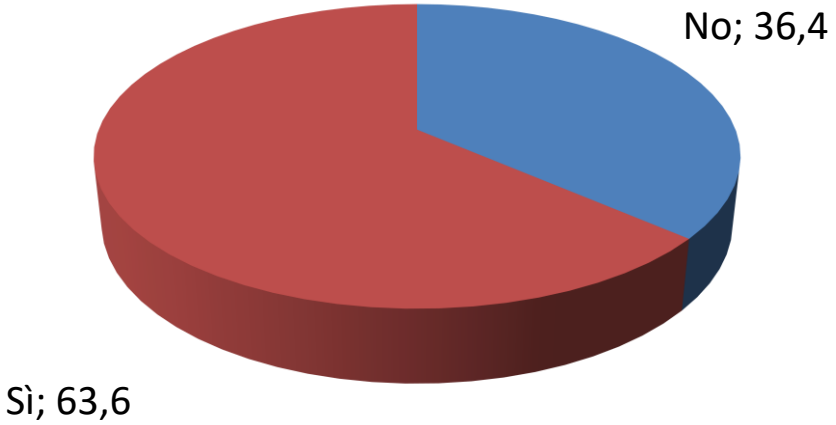
6. La preghiamo di indicare se nei prossimi dodici mesi pensa di partecipare ad attività di formazione o aggiornamento professionale
   - ☐ web marketing
   - ☐ customer care
   - ☐ qualità/marchi di qualità
   - ☐ revenue management
   - ☐ benchmarking
   - ☐ controllo di gestione
   - ☐ sistemi di eco-compatibilità e eco-efficienza per risparmio delle risorse
   - ☐ organizzazione del personale
   - ☐ tecniche per la cucina sala e il bar
   - ☐ lingue straniere
   - ☐ lingua italiana per stranieri
   - ☐ prevenzione incendi
   - ☐ sicurezza sul lavoro
   - ☐ primo soccorso
   - ☐ haccp
   - ☐ formazione sostitutiva del libretto sanitario
   - ☐ Altro_____
7. Esistono figure professionali di difficile reperimento nel territorio che considera determinanti per lo sviluppo della sua impresa?
   - ☐ Sì
   - ☐ No
   - ☐ Se sì quali_____
8. Rispetto alla sua attività nel settore turistico, quali potrebbero essere gli ambiti di maggior interesse su cui approfondire le conoscenze?
   - ☐ ricevimento /cucina/bar
   - ☐ meeting e congressi
   - ☐ marketing e vendite
   - ☐ comunicazione e pubblicità
   - ☐ marchi di qualità
   - ☐ amministrazione e finanza
   - ☐ lingue straniere
   - ☐ direzione
   - ☐ e-commerce
   - ☐ networking internazionale
   - ☐ fitness e spa
   - ☐ manutenzione
   - ☐ Altro_____
9. Per la comunicazione a mezzo internet (sito, social network, newsletter) si avvale di:
   - ☐ personale interno autodidatta
   - ☐ personale interno professionale o che ha frequentato corsi di formazione sul tema
   - ☐ agenzia esterna
   - ☐ sia agenzia che personale interno

Grazie per la collaborazione

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

En regardant brièvement les résultats, il apparaît qu'il existe une bonne prédisposition à la formation professionnelle; en fait, près des deux tiers des journalistes qui ont répondu ont participé à des activités de formation au cours des deux dernières années.

Vous ou vos collaborateurs avez participé à des activités de formation au cours des 2 dernières annéesi?



Vous trouverez ci-dessous quelques exemples d'activités de formation menées au cours des deux dernières années par les opérateurs interrogés.

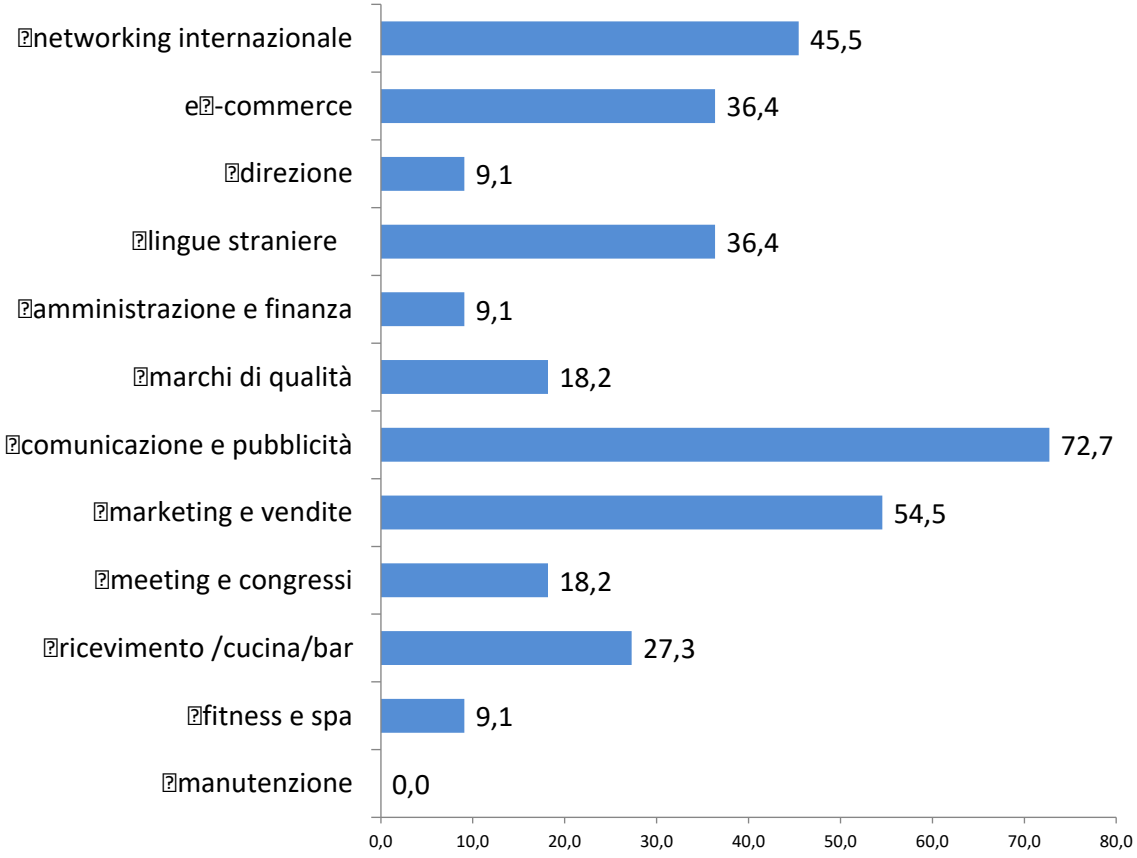
Exemples d'activités de formation auxquelles des entreprises ont participé au cours des 2 dernières annéesi

- cours de communication et de marketing
- cours de barman
- cours d'anglais
- cours pour guide touristique
- cours de promotion touristique
- cours sur l'administration des aliments et des boissons

Le graphique suivant met en évidence les sujets jugés les plus intéressants par les opérateurs, sur lesquels développer et approfondir les connaissances et les compétences touristiques. Comme on peut le constater, le thème de la collaboration et la création de réseaux formels ou informels ne figurent pas parmi les besoins principaux; on peut toutefois dire qu'il s'agit d'un thème transversal toujours présent lors des discussions et des réunions avec les opérateurs.

La formation en communication et en marketing et en vente est très importante.

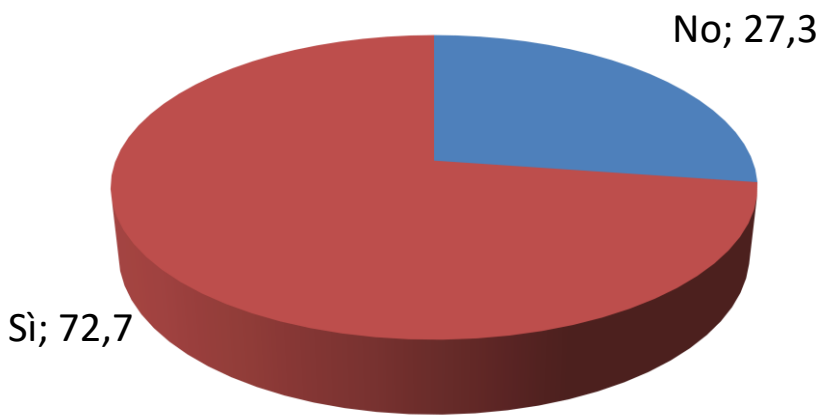
Domaines du plus grand intérêt sur lesquels rechercher les compétences actuelles - Valeurs % *(plusieurs réponses possibles)*



Sur le territoire de l'Amiata, il existe de nombreuses informations sur les activités éducatives possibles, notamment celles liées au secteur du tourisme. Outre 70% des répondants, ils reçoivent souvent des informations sur d'éventuelles activités de formation pour améliorer leurs compétences professionnelles dans le secteur du tourisme.

Cela représente certainement une richesse pour le secteur du tourisme local qui, grâce à ces activités de formation, peut améliorer sa compétitivité et mettre à jour ses produits / services..

I reçoit souvent des informations sur d'éventuelles activités de formation pour améliorer ses compétences professionnelles dans le secteur du tourisme?



Dans le développement du projet Vivimed à Amiata, le parcours de coaching a été intégré dans des laboratoires spécifiques du Living Labs. L'objectif général était de renforcer l'efficacité des travaux menés au cours des Living Labs et de créer des réseaux d'affaires, posant ainsi les bases d'un partage des objectifs et d'une durabilité dans le temps.

Le coaching destiné aux opérateurs du projet Vivimed à Amiata s'est concentré sur des domaines d'intervention spécifiques:

- Présenter des produits innovants pour appuyer **les analyses touristiques** visant à mettre à jour les produits et services;
- Evaluation du **"sentiment"** du réseau vis-à-vis du produit touristique Amiata, via un logiciel d'analyse de site internet spécifique;
- Développer une vision commune et créer des synergies et d'éventuelles collaborations formelles et informelles par le biais de travaux de groupe (**réseaux d'entreprises**);
- Améliorer le degré d'activation et de **motivation** du groupe d'opérateurs;
- Evaluer les opportunités de **financement** pour le secteur du tourisme et les projets européens impliquant ce secteur promu par la région Toscane;
- Améliorer l'accueil des touristes par la valorisation de **nouvelles formes d'hospitalité**;

2. RÉSEAUX D'AFFAIRES ET GOUVERNANCE

Le processus de coaching a été conçu en détail en fonction des différents besoins issus des analyses préliminaires et a été articulé au cours de plusieurs sessions ouvertes auxquelles ont assisté les opérateurs ayant participé au Living Labs. Les séances de coaching étaient animées par des professionnels, qui ont mené les activités avec l'aide des animateurs, sous une représentation des activités réalisées.

L'importance des réseaux d'entreprise et de la collaboration entre opérateurs

Le parcours de coaching a vu l'intervention de **Claudio Salvucci de Simurg Ricerche**, qui a fait le point sur les sujets traités dans les Living Labs et a rendu compte des résultats obtenus grâce à ce processus participatif. En particulier, les objectifs et les activités de la route réalisés jusque-là dans la région d'Amiata ont été décrits de manière synthétique..

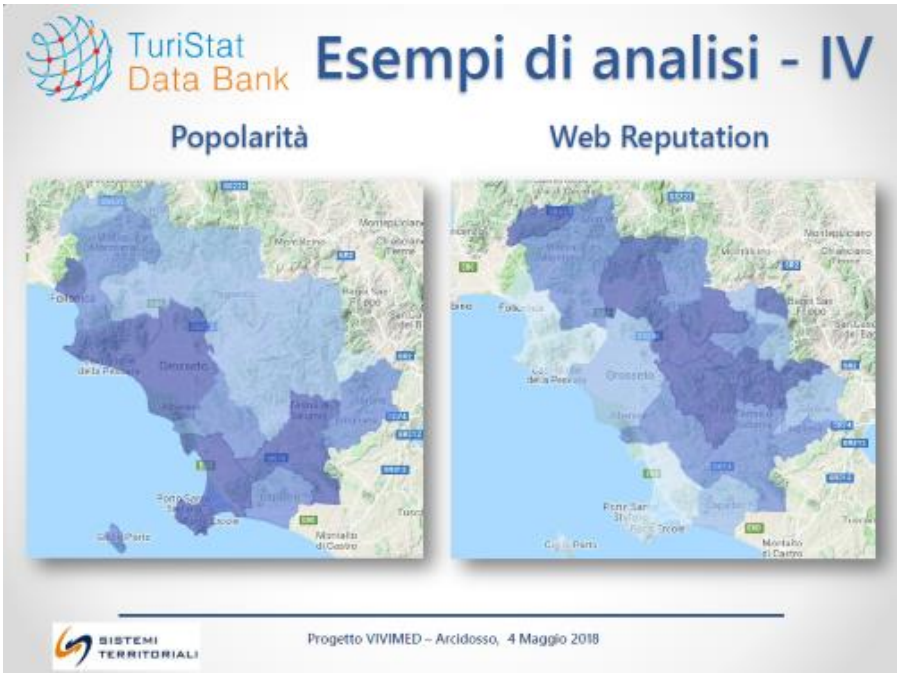
Dans la seconde partie de l'intervention, le responsable de la facilitation a souligné l'importance, pour les opérateurs touristiques, de rester en contact et de mettre en réseau. Le but de son intervention était de motiver les opérateurs à poursuivre la synergie et les collaborations présentes sur le territoire.

Au cours de cette intervention, il est apparu que, dans de nombreuses lignes de financement, les réseaux d'entreprise étaient facilités. C'est précisément les réseaux d'entreprise qui peuvent constituer d'excellents outils de consolidation des collaborations, capables de se traduire en planification et, par conséquent, en des contributions intéressantes qui, sinon, créeraient des difficultés pour les domaines internes. intercepter.

Les nouveaux outils technologiques pour évaluer la qualité du tourisme local

Très intéressant, pour le processus de coaching, a été suivi par Eng. Alessandro Greco, responsable du projet de recherche et développement (cofinancé par la région Toscane) appelé **TouriNet**. Le projet part de l'analyse du web et vient définir le "sentiment" du réseau en aidant à la mise en réseau des activités touristiques.

L'un des aspects les plus intéressants de l'analyse de la réputation de la Web est que les activités touristiques présentes le long de la côte de la province de Grosseto ont une popularité, comprise comme une présence sur le Web, plus grande (voir la couleur sombre) alors que dans les zones internes la popularité est rare mais la réputation du Web, c'est-à-dire la qualité indiquée par les visiteurs et les clients, est très élevée. Cela a amené les participants à souligner le besoin de communication et de promotion de la région Amiata.

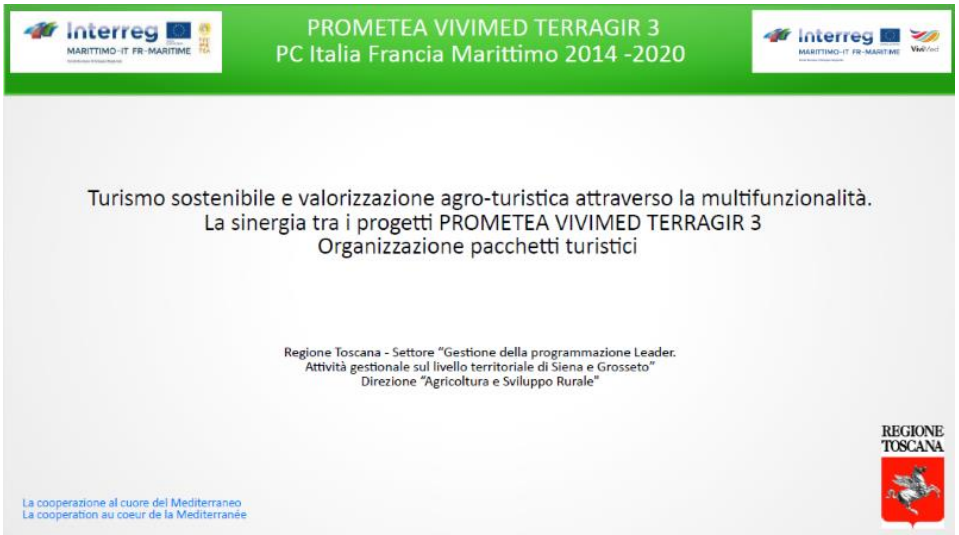


Les suggestions que le logiciel envoie aux différentes activités, en précisant le degré de synergie avec d'autres entreprises et en les invitant à créer des relations de collaboration, sont particulièrement utiles pour la mise en réseau des entreprises, ce qui est l'un des principaux objectifs du coaching Vivimed.

La gouvernance de la région Toscane et les projets européens actifs dans le domaine

Valter Nunziatini de la région Toscane, dans le cadre du processus de coaching, a mené une intervention visant à inscrire le projet ViviMed dans les stratégies régionales de gouvernance touristique.

La région Toscane mettra ses canaux de communication à la disposition du territoire d'Amiata; les entreprises ayant participé au projet ViviMed pourront tirer parti des travaux d'une agence sélectionnée par appel d'offres public à la suite d'un autre projet en cours permettant de définir de manière professionnelle les services et forfaits à proposer aux touristes..



Encore une fois, grâce à la coordination entre différents projets territoriaux, les opérateurs pourront utiliser un portail spécifiquement dédié à la vente en ligne de leurs produits / services.

La promotion et le suivi des services touristiques locauxa

L'Université de Pise et de Florence, avec l'intervention de Sabrina Arcuri, a dressé un bilan des résultats de l'administration du questionnaire en ligne (formulaire d'enquête ViviMed) et de la méthodologie utilisée. pour la collecte de données..

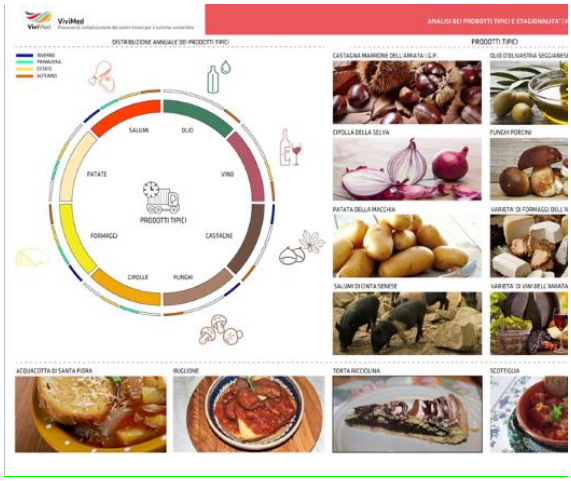
Un des aspects sur lequel nous avons insisté était la surveillance des services touristiques offerts par la région d'Amiata et leur collection sur des thèmes spécifiques (nature, villages, culture, sports, etc.).

Après avoir divisé chaque service / activité en un thème spécifique, il est bien sûr plus facile pour les touristes de choisir ce qu'ils aimeraient faire une fois arrivés sur le territoire.

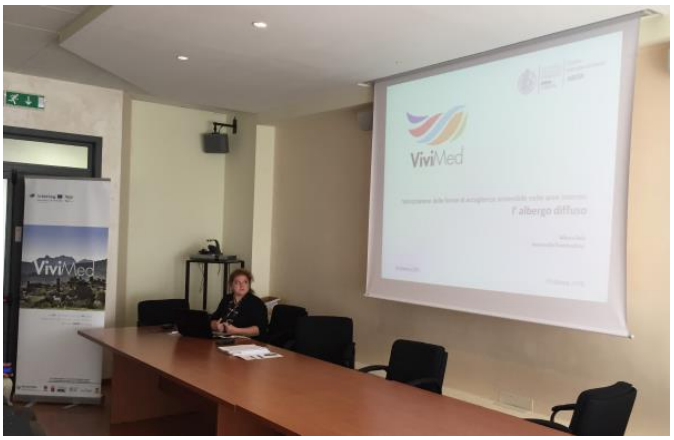
Renforcer les formes d'hospitalité durables

La faculté d'architecture de l'Université de Florence a participé au processus de coaching, avec une intervention d'Antonella Trombadore, qui a illustré un travail intéressant d'analyse du potentiel touristique de

la région et de vérification de la fréquence des événements qui s'y déroulent.. Il s'intéresse en particulier à certains **indicateurs du tourisme local durable** et à l'analyse urbaine du territoire à partir de deux études de cas: Santa Fiora et Seggiano..



Dans la deuxième partie de la présentation, il a été question d'un hôtel diffus en tant que forme d'amélioration de l'hospitalité éco-durable, avec des références aux structures présentes à Amiata, concluant son intervention par une suggestion concernant les 10 points à prendre en compte pour la revitalisation de l'arrière-pays.



Déclarations d'intention pour les réseaux futurs

Grâce aux activités de coaching, quelques idées de futurs réseaux d'entreprises ont émergé; **à cet égard, une déclaration d'intention** a été préparée comme indiqué ci-dessous:

Dichiarazione di Intenti

Tra

Nome impresa:_____

con sede in: _____

rappresentata dal sig./sig.ra: _____

ruolo: _____

e

Nome impresa:_____

con sede in: _____

rappresentata dal sig./sig.ra: _____

ruolo: _____

e

Nome impresa:_____

con sede in: _____

rappresentata dal sig./sig.ra: _____

ruolo: _____

premesso che

- LUCENSE SCaRL in collaborazione con L'Agenzia sarda per le politiche attive del lavoro (ASPAL), Sardegna Ricerche, Regione Toscana, l'Università di Firenze, l'Agence Du Tourisme Corse, France Nature Environnement Paca e Festambiente sta sta sviluppando il **progetto VIVIMED – SerVIzi innovativi per lo sVIluppo della filiera del turismo nell'entroterra dell'area MEDiterranea** - a supporto del turismo sostenibile nei territori dell'entroterra. Il progetto, approvato e finanziato dall'Autorità di Gestione del Programma di cooperazione Italia-Francia Marittimo, ha previsto, tra le altre, anche attività di scouting e di animazione territoriale;

- nell'ambito di questo progetto, i partner di VIVIMED hanno organizzato incontri di partecipazione, colloqui individuali ed hanno svolto attività di coaching e assistenza per la creazione e lo sviluppo di collaborazioni e reti;
- le imprese sopraindicate hanno fruito delle azioni di promozione e sviluppo e, anche grazie a queste, sono riuscite ad individuare spazi di collaborazione reciproca come sotto specificato.

Si conviene quanto segue

1. Le imprese firmatarie hanno verificato la reciproca disponibilità a collaborare su attività di comune interesse adottando, al momento opportuno, la forma giuridica più appropriata, da individuare in funzione delle attività da realizzare. L'interesse a collaborare è da intendersi anche in relazione alla possibilità di beneficiare di contributi finanziari locali, regionali, nazionali e comunitari, qualora il bando di riferimento lo richieda, sia in termini di attività da svolgere che in termini di soggetto proponente (es. ATI, reti di impresa ecc.).
2. Il settore di attività sul quale si realizzerà la collaborazione è quello del (selezionare uno o più ambiti o inserirne di nuovi se più appropriati)

[ ] turismo esperienziale

[ ] turismo sostenibile

[ ] turismo attivo

[ ] ricettività innovativa

[ ] offerta di servizi turistici personalizzati

[ ] altro _____

3. Gli obiettivi che si intendono perseguire attraverso la collaborazione attiva tra le imprese che hanno sottoscritto la presente manifestazione di interesse sono:

[ ] creare nuovi servizi e nuovi potenziali itinerari turistici per attirare nuovi clienti;

[ ] valorizzare le diverse competenze e complementarietà dei servizi offerti presenti sul territorio;

[ ] aumentare il livello dei servizi finora offerti, creando le condizioni per una loro destagionalizzazione.

[ ] altro_____

4. 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, previo accordo di tutti i firmatari, al fine di rendere la collaborazione stessa più proficua e poter integrare le rispettive competenze. I nuovi aderenti dovranno sottoscrivere analoga manifestazione di interesse. Analogamente, tutti i firmatari potranno decidere all'unanimità, di aderire ad altre associazioni/reti/consorzi utili al rafforzamento della collaborazione.

Luogo e data

_____

Per Impresa: _____

Firma_____

Per Impresa: _____

Firma_____

Per Impresa: _____

Firma_____

3. Conclusions et recommandationson

Au cours de la dernière phase de la réunion, au cours de laquelle les opérateurs ont échangé leurs opinions sur une série de preuves, les éléments suivants ont émergé:

- Sur le territoire de l'Amiata, certaines collaborations et réseaux formels (par exemple, **la route du vin**, etc.) ont été renforcés par l'expérience Vivimed et peuvent constituer la base de la création **de nouveaux réseaux d'entreprises**;
- Les mêmes réseaux formels ont eu l'occasion, à travers le processus de coaching Vivimed, de présenter leurs activités et **d'accroître le nombre d'entreprises** qui les rejoindront;
- Sur le même territoire d'Amiata, il existe également **des réseaux informels** qui, pour le moment, ne coopèrent pas toujours à cause de la méfiance mutuelle;
- Certains opérateurs sont bien préparés à la collaboration et ont entamé de bons échanges d'informations garantissant des liens rentables et vraisemblablement durables.;
- Le territoire peut utiliser le rôle de **gouvernance** joué par la région Toscane.