

## Proposte da discutere al tavolo

### Capitale umano & filiera turistica

#### 1. TEMA: CREARE VALORE ATTORNO AL CAPITALE UMANO E DIVENTARE DESTINAZIONI CHE OFFRONO SERVIZI DI QUALITÀ'

##### Domande da porre al tavolo:

- Come creare valore attorno al capitale umano?
- Come diventare una destinazione che offre servizi di qualità?

#### 1.a Un patentino dell'ospitalità per tutte le destinazioni balneari

##### Tipologia di azione: Diffusione buona pratica

###### Descrizione

Nel valutare l'esperienza turistica il visitatore non percepisce le diverse responsabilità degli attori dell'offerta e valuta l'esperienza a destinazione nel suo insieme. Diventa quindi cruciale riuscire a diffondere una cultura dell'accoglienza su l'intera catena del valore, in modo capillare, in tutte le spiagge aderenti al protocollo. Pertanto assume sempre più rilevanza la formazione a supporto del comparto turistico per rispondere a standard elevati di accoglienza e qualità.

L'azione prevede l'elaborazione di un format formativo per operatori turistici che, al delo percorso formativo stesso, conferirebbe un Patentino dell'Ospitalità. L'azione prevede:

- a) Scansione di buone pratiche e benchmark
- b) Creazione di un format formativo
- c) Creazione di un logo comune che richiami il logo G20s
- d) Diffusione e promozione dell'iniziativa tra tutti i comuni del G20s
- e) Implementazione del patentino tra i comuni del G20s
- f) Promozione dell'iniziativa anche in altri comuni

Di seguito dettagliamo le sub-azioni a) e b)

##### Scansione di buone pratiche e benchmark

L'azione prende spunto dal progetto di formazione permanente nell'ambito della valorizzazione e promozione del territorio di Cavallino-Treporti, ideato e pianificato dalla Sindaco Roberta Nesto. Il progetto

ha trovato una prima sperimentazione sul territorio negli anni 2005-2010, per poi ripartire a pieno e con successo nell'annualità 2015/2016.

Il Patentino intende valorizzare quanto Cavallino-Treporti offre in termini di risorse umane e in materia di turismo, ambiente e cultura locale e si propone alla Cittadinanza ed agli Operatori del settore turistico quale "incubatore di risorse", una possibilità di conoscere o riscoprire a pieno il territorio, oltretutto un momento di incontro e confronto sui temi dell'accoglienza e dell'ospitalità diffuse e condivise nel territorio.

L'intento del progetto è quello di rendere ospitalità, cortesia e informazione/conoscenza delle competenze trasversali alle varie professioni del settore turismo, nella Cittadinanza e in tutti coloro che in qualche modo vengono a contatti con l'ospite.

Il progetto racchiude in ogni sua edizione una serie di corsi e seminari gratuiti aperti a tutti, per approfondire temi culturali ed ambientali legati al litorale o comunque legati al mondo professionale. Nel percorso sono stati integrati anche momenti formativi di tipo esperienziale, per "vivere" il territorio attraverso le emozioni che ci offrono storia locale e peculiarità ambientali, con la possibilità di frequentare anche lezioni di lingua, di tecnologie o approfondimenti sul mondo dei social.

### Creazione di un format formativo

Prendendo come modello la buona pratica di Cavallino-Treporti, il format potrebbe prevedere una parte generale comune a tutti e dei corsi specialistici, costruiti ad hoc per le esigenze di ogni singolo territorio.

Seminari Generali uguali per tutte le destinazioni G20s sui temi:

- dell'accoglienza e all'ospitalità
- del settore turistico (macro trend, analisi di mercato)
- dell'accessibilità turistica
- delle lingue (corsi di inglese, tedesco, russo e francese dedicati alle singole professioni: uffici informazione, settore ristorazione) tenuto da insegnanti madrelingua
- Corsi di approfondimento su temi naturalistici su temi culturali e storici della destinazione, lezioni in aula e anche corsi esperienziali (passeggiate naturalistiche, itinerari in bicicletta, degustazioni, visite guidate etc.)

Da valutare se farli in aula o creare un corso e-learning brandizzato G20s.

Corsi specialistici attivati ad hoc in ogni destinazione sulla base delle esigenze del territorio:

- Corsi professionalizzanti (esempio Barman, baby sitter, animazione)
- Corsi di approfondimento area informatica e social (esempio social media, DMS, gestionali etc.)

Sempre sul modello di Cavallino-Treporti, le attività formative si terrebbero per ciascuna edizione nel periodo invernale, interessando indicativamente i mesi da novembre a marzo.

A conclusione del progetto viene rilasciato a tutti i partecipanti un attestato che certifica i corsi, dando conto del percorso formativo effettuato. Nel caso di corsi articolati in più lezioni, l'attestato verrà consegnato ai partecipanti che abbiano frequentato almeno l'80% del monte ore complessivo.

<p><b>Tipologia azione:</b> breve termine</p>
<p><b>Soggetti promotori:</b> Tavolo G20s</p>
<p><b>Soggetti coinvolti:</b> Tavolo G20s, Associazioni di categoria – quali?</p>
<p><b>Output e durata:</b></p> <p><b>Creazione di un format:</b> definizione del format durante il G20s 2019 partendo dalla buona pratica di Cavallino Treporti</p> <p><b>Implementazione del format:</b> dipende dal primo output (se e-learning o tutto in aula)</p> <p><b>Creazione di un logo:</b> mese di ottobre</p>
<p><b>Indicatori di output:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diffusione del Format tra le destinazioni</li> <li>• n° di Patentini erogati</li> </ul>
<p><b>Costo dell'intervento:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costo logo</li> <li>• Costo elaborazione del format</li> <li>• Costo attivazione del corso</li> </ul>
<p><b>Fonte Finanziaria:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Logo: ..</li> <li>• Costo elaborazione del format: ..</li> <li>• Costo attivazione del corso: ..</li> </ul>

## 2. TEMA: SENSIBILIZZARE GLI OSPITI E LA FILIERA TURISTICA RISPETTO A DELLE BUONE PRASSI

### Domande da porre al tavolo:

- Come sensibilizzare i turisti rispetto a buoni comportamenti e a scelte consapevoli?
- Come sensibilizzare gli operatori e l'intera filiera turistica rispetto a buoni comportamenti?
- Quali partnership sono necessarie?

### 2.a Creazione di campagne di sensibilizzazione coordinate

#### Tipologia di azione: Progetto

##### Descrizione

Ogni campagna di sensibilizzazione ha la finalità di promuovere e/o i target di riferimento ad un determinato tema o a un determinato servizio, mettendone in luce le ricadute positive sulle località e sui visitatori. Il risultato a cui la campagna di sensibilizzazione può e deve ambire è di influenzare un determinato comportamento o atteggiamento da parte dei visitatori e degli operatori turistici.

Le campagne di comunicazione prevedono una struttura ben definita e una progettazione che tenga conto:

- del target di riferimento e delle sue caratteristiche
- del messaggio da divulgare rispetto al tema da sensibilizzare
- dei canali e mezzi da utilizzare in ottica omnichannel (materiali informativi, online -website, social, app località, app utility-, video/web-series, contatti diretti, incontri pubblici, mailing cartaceo, attività di Public Relations, numero di telefono per informazioni)
- di eventi di animazione territoriale finalizzati alla sensibilizzazione
- dei punti informativi sul territorio come amplificatori della campagna
- del supporto di associazioni attive nel territorio per la diffusione del messaggio
- delle risorse umane e materiali che possono essere impiegate
- dell'ipotizzabile impatto emotivo e cognitivo delle stesse
- della potenziale diffusione "virale" dei contenuti della campagna

**Obiettivi** dell'azione sono:

- sensibilizzare, diffondere e far adottare buone pratiche virtuose da parte di visitatori ed operatori turistici, al fine di renderli soggetti informati e consci che le loro scelte possono avere una ricaduta positiva sulla località e

sull'ambiente

- far adottare le buone pratiche individuate da parte di visitatori ed operatori turistici
- coinvolgere visitatori ed operatori turistici in modo attivo nel miglioramento dell'esperienza turistica e della località nel suo complesso
- istituire un dialogo continuo tra Pubblica Amministrazione e gli operatori turistici sui temi trattati
- aumentare la consapevolezza e la responsabilizzazione dei visitatori in merito al valore sociale, economico ed ambientale delle proprie scelte di comportamento
- migliorare l'esperienza turistica offerta dalla località
- dare periodicamente riscontro ai target delle campagne dei risultati dell'adozione delle buone pratiche (mantenimento e gratificazione dei visitatori e operatori turistici)
- aumentare la visibilità anche a livello internazionale delle località coinvolte nel progetto e dunque del sistema italiano spiagge rappresentato dal G20s.

I **temi** su cui verteranno le campagne di sensibilizzazione coordinate sono:

- **Buone pratiche da adottare in spiaggia** e nella destinazione in generale.  
Target: turisti
- Buone pratiche e indicazioni per contrastare l'**abusivismo nelle spiagge**.  
Target: turisti e operatori turistici
- Buone pratiche e indicazioni per **spiagge sempre più sicure**.  
Target: turisti e operatori turistici
- Buone pratiche per **operatori turistici responsabili**.  
Target: operatori turistici

L'azione prevede:

- a) Individuazione delle partnership
- b) Individuazione del naming della campagna di sensibilizzazione
- c) Definizione delle buone pratiche
- d) Analisi di un'immagine coordinata in termini di formati dei materiali informativi offline e online propedeutico alla realizzazione di un toolkit
- e) Creazione di un toolkit da mettere a disposizione a tutte le spiagge accompagnato da un manuale d'uso, un

brand e marketing book in grado di spiegare in che modo attivare ed utilizzare gli strumenti realizzati

- f) Diffusione del toolkit tra tutte le spiagge del G20s
- g) Pianificazione degli interventi di comunicazione
- h) Definizione di un cronoprogramma condiviso
- i) Avvio della campagna coordinata
- j) Campagna di mantenimento e gratificazione

**Tipologia azione:** *breve termine*

**Soggetti promotori:** *Tavolo G20s*

**Soggetti coinvolti:** *Tavolo G20s, Associazioni di Categoria, ENIT*

**Output e durata:** *da definire*

**Costo dell'intervento:** *da definire*

**Fonte Finanziaria:** *da definire*