

Per-Corso per Coordinatore Turistico Territoriale™

QUADRO DI RIFERIMENTO

Lo sviluppo del Cammino di Fede e Solidarietà è partito nel 2018 e giungerà a compimento tra qualche mese dopo anni di sopralluoghi, procedure e autorizzazioni che hanno richiesto molte energie e valutazioni particolareggiate.

Il Cammino sarà una risorsa strategica che collegherà in modo sistemico l'entroterra al Lago, offrendo un'alternativa vera, affascinante e coinvolgente per i milioni di turisti che ogni anno si riversano sulle coste lacustri del Basso Garda.

Secondo il report "The New Kinship Economy: from travel experiences to travel relationships" (fonte: Gruppo IHG), nel corso dei prossimi dieci anni i rapporti umani diventeranno una vera e propria valuta, una nuova "Economia delle relazioni" per la quale gli Ospiti/Viaggiatori si aspettano soprattutto un'esperienza che sia unica e rilevante. La domanda non è solo "dove voglio andare?", ma "quale esperienza voglio vivere?".



Gli Ospiti ricercano il Genius Loci, nuovi "paesaggi culturali" dove incontrare persone vere con le quali poter condividere un'esperienza, vivendo momenti di vita quotidiana del territorio che visitano, partecipando attivamente e in prima persona alle attività locali, andando a scavare nelle tradizioni, negli usi e nei costumi.

Parole-chiave: Autenticità e Identità.

Realtà territoriali disarticolate e degradate, comunità locali poco coese e conflittuali, non possono certo immaginarsi competitive ed attraenti nel prossimo futuro. Per queste ragioni occorre "formare" e attivare comunità ospitanti che siano autenticamente accoglienti, veri e propri Gruppi di Marketing Territoriale ("GMT") motivati ad instaurare relazioni all'interno del proprio territorio per essere attraenti e, al contempo, anche attrattivi.

Per rispondere alla domanda crescente di Turismo Esperienziale e ad un mercato dell'Offerta sempre più competitivo, emerge la necessità (e opportunità) di una figura nevralgica quanto preziosa: il **Coordinatore Turistico Territoriale™**.



A CHI SI RIVOLGE

- Professionisti di Agenzie di Viaggio e Tour Operator di incoming
- Travel Designers
- Operatori/imprenditori del settore agricolo
- Gestori di Servizi turistici (noleggio di bike, trasporti, imbarcazioni, etc.)
- Proprietari, gestori di strutture ricettive in particolare del settore extralberghiero
- Operatori ecomuseali
- Property manager
- Guide Ambientali Escursionistiche
- Accompagnatori, Guide Turistiche
- Local expert
- Responsabili di uffici d'informazione ed accoglienza turistica
- Consulenti di Marketing Territoriale
- Organizzatori di laboratori artigianali
- Organizzatori di eventi, etc.
- Neo laureati in discipline turistiche
- Responsabili del turismo del territorio (DMC, Consorzi, Gal, Uffici di Promozione turistica)

PROGRAMMA DIDATTICO

I principali contenuti della formazione saranno suddivisi in quattro sezioni e tratteranno:

PRIMA PARTE:

- La Cultura dell'Ospitalità driver di sviluppo per le comunità locali
- Fare Marketing del territorio ad approccio partecipativo
- Comunità ospitali: come diventare destinazioni attraenti e attrattive "A" come Accoglienza
- Quadro normativo

SECONDA PARTE

- Quadro e contesto di riferimento. Turismo e turismi: uno, nessuno, centomila.
- Trend, dati, scenari futuri
- Focus: turismo enogastronomico – bike – accessibile – Attivo /outdoor -

TERZA PARTE



- Design, Distribuzione e Comunicazione dell'offerta turistica
- Incoming Web e digital marketing
- Design di prodotto
- Il Format GMT™: la metodologia per organizzare le comunità locali e diventare destinazioni attrattive
- Distribuzione: Tour operating, omnicanalità, OTA e piattaforme digitali
- Tecnologie per il destination marketing: realtà aumentata, gaming, brand reputation.

QUARTA PARTE

- Governance multilivello
- Modelli di gestione delle destinazioni
- Fare innovazione sociale: la figura innovativa del **Coordinatore Turistico Territoriale – CTT™**

PROVA FINALE

Il Per-Corso formativo si concluderà con un esame finale articolato in un colloquio con domande sulle materie affrontate e la presentazione di un Piano d'Azione di marketing turistico rilevato sul proprio territorio di residenza.

*È previsto un supporto di accompagnamento per la **creazione d'impresa e agevolazioni per ottenere il finanziamento** proposto da Selfiemployment di Invitalia.*

OBIETTIVO

Il progetto si pone l'obiettivo di avviare la formazione e lo sviluppo di idonee professionalità, a partire dalle risorse l'ambito territoriale stesso esprime. S'intende quindi, valorizzare le presenze attive e portatrici di conoscenze e valori del contesto, indirizzandole verso gli scenari e le potenzialità del mercato del turismo incoming, offrendo metodologie e strumenti operativi concreti per affrontare le sfide poste dal mercato nell'era del D.C. (Dopo Covid).

SBOCCHI OCCUPAZIONALI:

Attraverso l'offerta formativa verranno acquisite le competenze necessarie per operare in ambito strategico e operativo nei seguenti campi e/o ruoli:

- Travel designer



- Consulente turistico
- Property Manager
- Responsabile della programmazione turistica territoriale
- Tour Operator o agenzie viaggio
- Associazioni di promozione sociale
- Multifunzionalità aziende agricole
- Pianificazione ed organizzazione di eventi enogastronomici, culturali, sportivi, ecc.
- Consulente tecnico per la promozione dei servizi turistici e incoming
- Amministrazioni locali
- Responsabili di uffici d'informazione ed accoglienza turistica.
- Operatori di Pro Loco di nuova generazione e professionalizzati
- Coordinatori di Ecomusei.

DURATA

ORE TOTALI: n. **120 ORE**

Il Per-Corso è strutturato come segue:

- 7 lezioni teoriche in forma ibrida (in presenza e on line) – durata 20 ore • 12 giornate sul campo di tipo “laboratoriale” durante i quali i partecipanti proseguiranno l’apprendimento teorico coniugato all’applicazione della metodologia e degli strumenti acquisiti. Sarà data l’opportunità di partecipare alla costruzione di un Piano di marketing turistico partendo dalla valorizzazione del progetto “Cammino di Fede e Solidarietà”.

Le lezioni saranno condotte da Professionisti selezionati per la propria esperienza sul campo e le buone prassi a supporto degli argomenti affrontati. Il Coordinamento didattico sarà a cura e in presenza del Dott. Andrea Succi, ideatore del CTT™ che farà da raccordo e Facilitatore rispetto gli argomenti trattati.

La **metodologia del per-corso** è itinerante, perché è fondamentale “ascoltare e vivere” il territorio attraverso la viva voce dei protagonisti. Si crea un vero e proprio **laboratorio di marketing territoriale e di turismo trasformativo** ispirandosi a due importanti modelli di apprendimento negli adulti: **lo stile di apprendimento esperienziale** (David A. Kolb) **la teoria unitaria dell’apprendimento ed educazione degli adulti** ([Malcom Knowles](#)).



LA SELEZIONE

Le domande dovranno pervenire entro le ore 13.00 di **giovedì 10 marzo 2022** compilando questo -> [Form di iscrizione](#)

- **N.B.** Il per-Corso è **gratuito**.
- Inizio del per-Corso: **martedì 5 aprile 2022**
- Conclusione del Per-Corso di formazione: **giovedì 16 giugno 2022**

Per informazione scrivere a: info@collinemoreniche.it

WEBINAR DI PRESENTAZIONE: lunedì 28/2 e 7/3 – ore 18.00 a questo link: [Anteprima per-Corso per CTT](#)

La partecipazione al Per-Corso è riservata ad un **massimo di 15 candidati**. In caso di un numero superiore di domande, a parità di requisiti, si terrà conto della data di ricevimento della documentazione.

Art. 1

Destinatari e requisiti minimi di partecipazione

Al Per-Corso formativo possono partecipare tutti coloro che alla data di scadenza della presente manifestazione d'interesse siano già in possesso dei seguenti requisiti obbligatori:

1. essere residenti nei **Comuni** appartenenti all'**Associazione delle Colline**

Moreniche, o anche nei **Comuni** delle **Province** di **Mantova** e **Brescia**:

- Castiglione delle Stiviere
- Cavriana
- Goito
- Guidizzolo
- Marmirolo
- Medole
- Monzambano
- Ponti sul Mincio
- Pozzolengo
- Solferino
- Volta Mantovana.

2. possedere patente B;

3. essere in possesso del diploma di scuola media superiore, diploma di laurea triennale o diploma di laurea magistrale ovvero equipollente;

4. conoscere la lingua inglese o tedesca secondo i parametri del "Common European Framework of reference for Languages" corrispondenti ad almeno i seguenti livelli: A2 understanding; B1 speaking.

Art. 2

Titoli preferenziali

Costituiscono titolo preferenziale nella valutazione dei candidati:

- a. essere in possesso di titoli inerenti alla materia del turismo nelle sue diverse espressioni: diploma di scuola media superiore, diploma di laurea triennale, diploma di laurea magistrale o equipollente, attestati post laurea e post diploma: master, corsi di specializzazione, attestati di qualifica professionale, ecc.;
- b. aver maturato un'esperienza da almeno 2 anni nell'ambito turistico, della promozione dei territori e/o sviluppo di prodotti tipici, della gestione di attività culturali e artistiche, indipendentemente dalla forma contrattuale assunta e non necessariamente in modo continuativo con riferimento ad un unico datore di lavoro o, in alternativa alla presente condizione, di aver frequentato o essere in corso di frequentazione oltre il 50% della durata complessiva di un corso di studio specialistico sui temi del turismo.

Art. 3

Inammissibilità e improcedibilità

Saranno considerate inammissibili le domande pervenute oltre la data di scadenza prevista nel presente regolamento.

Saranno improcedibili le domande che, pur pervenute tempestivamente, non rispettino i requisiti minimi obbligatori previsti dall'art.1.





Per svolgere questa Professione con soddisfazione occorre possedere determinate Caratteristiche **personali** (culturali e motivazionali) fra le quali:

- **Conosce ed ama il territorio** che si propone di promuovere e sviluppare. Ne conosce le **dinamiche che lo caratterizzano**.
- Mostra **curiosità, ambizione, spirito imprenditoriale, apertura mentale** verso realtà, i territori e la promozione turistica, in continua evoluzione e con la necessità di costante aggiornamento. Considera il **networking** come lo strumento più consono alle finalità di gestione delle destinazioni e per lo sviluppo territoriale in ambito turistico. È in grado di **lavorare con i nodi della rete valorizzandoli**, al fine della produzione dei prodotti turistici esperienziali.
- Mira con tenacia alla **qualità** delle cose che fa e dei prodotti che offre, in una logica del **miglioramento continuo**. Dimostra **forte concretezza** nel proprio agire, capacità nella **gestione di eventi e situazioni critiche**, **tenacia** nel raggiungimento degli obiettivi preposti.
- Possiede **buona conoscenza delle tematiche inerenti alla promozione del territorio, la gestione delle destinazioni e il turismo**.

Dal punto di vista delle **Competenze professionali** il Coordinatore deve aver acquisito (o acquisire):

- ♣ Buona conoscenza degli **elementi identitari del territorio** di competenza a livello storico-artistico, economico, fisico-ambientale, delle tradizioni e dei mestieri. Tali conoscenze sono state acquisite per formazione o per esperienza a livello professionale in quanto operatore o imprenditore, oppure a livello personale in quanto soggetto attivo nel settore culturale, enogastronomico, tempo libero, etc.
- ♣ Capacità organizzativa dei servizi nonché del ciclo dell'offerta turistica: progetta programmi turistici integrati che sappiano valorizzare le peculiari risorse identitarie del territorio. Progetta programmi privilegiando **il vissuto e l'esperienza che il turista vivrà** (per un Turismo Esperienziale).

- ♣ Capacità di **ascolto**, relazionali e di gestione nei rapporti (con Amministratori Pubblici, fornitori di servizi, clienti, persone cui riferire nel quadro del proprio lavoro).
- ♣ **Apertura mentale**, propositività orientata al **Cambiamento**, creatività, orientamento all'**Innovazione**.
- ♣ **Cultura del Servizio** e orientamento al cliente, quello esterno (Ospite, Operatore locale) e quello interno (l'organizzazione per la quale lavora).
- ♣ Capacità di **cura della qualità** e monitoraggio della stessa sulle proprie attività.
- ♣ Propensione al **lavoro per progetto** e capacità di **programmazione del proprio lavoro** e dei tempi.
- ♣ Capacità di risolvere i problemi -> - **Efficace abilità nella gestione delle emergenze**.
- ♣ **Equilibrio** e misura della persona.
- ♣ Conoscenza base verbale e scritta di almeno due lingue, di cui una inglese.
- ♣ Padronanza della **comunicazione verbale e scritta**: chiarezza, concisione, proattività, focalizzata sugli obiettivi, etc.
- ♣ Utilizzo come utente dei principali social media (Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, LinkedIn).
- ♣ Conoscenza di elementi di marketing e di marketing territoriale-turistico.
- ♣ Conoscenza del sistema pubblico a sostegno del turismo (Enti, istituzioni locali, associazioni di categoria, referenti per finanziamenti).

Competenze "accessorie".

- Conoscenza di base delle caratteristiche del "cliente turista" (comportamenti, atteggiamenti, accessibilità, desideri, tendenze, abilità) con particolare riferimento al proprio territorio.
- Conoscenza degli elementi di base per la definizione dei costi.
- Conoscenza degli elementi principali della comunicazione interpersonale ("parlare in pubblico", "condurre una riunione", etc.).