



ASSESSORADU DE SU TRABALLU, FORMATZIONE PROFESSIONALE, COOPERATZIONE E SEGURÀNTZIA SOTZIALE

ASSESSORATO DEL LAVORO, FORMAZIONE PROFESSIONALE, COOPERAZIONE E SICUREZZA SOCIALE

Promiform
Ente di Formazione Professionale



Attività integrate per l'empowerment, la formazione professionale, la certificazione delle competenze, l'accompagnamento al lavoro, la promozione di nuova imprenditorialità, la mobilità transnazionale negli ambiti della "Green & Blue Economy"

Linea progettuale A1 Green & Blue Economy

SCHEDA PROGETTO

Titolo proposta progettuale: Sardegna: Turismo, Cultura, Ambiente

Composizione RTS (Raggruppamento Temporaneo Strategico):

- **PROMOFORM**
- **SARDEGNA SAPERE IMPRESA SOCIALE SRL**
- **BUSINESS ANGELS NETWORK BAN SARDEGNA**
- **LEGAMBIENTE SARDEGNA**
- **ACLI SARDEGNA**
- **GEA AMBIENTE E TURISMO SCARL**

Ratio strutturazione RTS: mettere insieme approcci, know-how, competenze maturate individualmente in esperienze precedenti per implementare un metodo e approccio di lavoro che possa realmente sostenere i destinatari della proposta non solo nell'acquisire competenze ed inserirsi nel mondo del lavoro, ma anche nella creazione di lavoro autonomo.

La rete. La rete del progetto è stata strutturata in modo da comprendere attori rappresentativi del territorio e del settore del Turismo ambientale e culturale.

La rete del progetto è composta da diversi gruppi socio-istituzionali o "cluster", che operano a diverso titolo sul territorio:

ISTITUZIONI E POLICY MAKER	ENTI DI RICERCA E PARTNER SCIENTIFICI E TECNOLOGICI	SETTORE PRIVATO, COOPERATIVE E E PMI
Comune di Cagliari Unione dei Comuni della Trexenta Rete Acli della Sardegna GAL SGT UIL sindacato Unione dei Comuni valle del Pardu e dei Tacchi Ogliastra meridionale Cittadina attiva Sardegna La Camera di Commercio e industria italiana per la Spagna	Soprintendenza Archeologica, belle arti e paesaggio per la città metropolitana di Cagliari e le Province di Oristano, Medio Campidano, Carbonia- Iglesias e Ogliastra Il Dipartimento Di Ingegneria Civile, Ambientale E Architettura, (DICAAR), Dell'Università' Degli Studi Di Cagliari Il Consorzio del Parco Geominerario Storico e Ambientale della Sardegna OASI del WWF di Monte Arcosu (Cooperativa SCILLA).	Naycom Agency ARCò - Società Cooperativa Bios Soc. Coop, Ente Gestore del Museo Civico di Sinnai -CA Cooperativa Archeotaccu Cooperativa il Coccio L'impresa Full Media Service Cooperativa Genis Cooperativa Illiensi Associazione Paesaggi Connessi, Il Parco Sardegna in Miniatura Cooperativa Viseras gestisce il Museo delle Maschere del Mediterraneo di Mamoiada, il Museo della cultura e del Lavoro, il laboratorio mascherario, Sémata Società Cooperativa, cooperativa che gestisce il Museo dell'intreccio presso il Castello di Castelsardo, paniloriga sito archeologico; info point turistico del Comune di Cagliari.



ASSESSORADU DE SU TRABALLU, FORMATZIONE PROFESSIONALE, COOPERATZIONE E SEGURÀNTZIA SOTZIALE

ASSESSORATO DEL LAVORO, FORMAZIONE PROFESSIONALE, COOPERAZIONE E SICUREZZA SOCIALE

Promoform

Ente di Formazione Professionale



DESCRIZIONE DELLA PROPOSTA PROGETTUALE

Il settore strategico individuato è quello del Turismo e beni culturali e ambientali.

La seguente **analisi SWOT** mette in relazione i punti di forza, di debolezza, le minacce e le opportunità nel settore del turismo e dei beni culturali e ambientali in riferimento all'intero territorio regionale:

<p>PUNTI DI FORZA</p> <p>Ricco patrimonio culturale dell'isola (beni archeologici e ambientali)</p> <p>Elevata qualità ambientale e patrimonio naturale incontaminato;</p> <p>Spesa media turistica giornaliera pro-capite superiore non solo del dato meridionale ma anche del dato nazionale</p> <ul style="list-style-type: none"> Performance positive con riferimento alla intensità turistica <p>Ruolo di leadership nella classifica delle destinazioni italiane "esclusivamente balneari" vendute dai buyer internazionali</p> <p>Ricco parti minio eno-gastronomico e ricca varietà di prodotti nei diversi territori</p> <p>Sviluppo del turismo sostenibile con l'aumento delle imprese con certificazione ecolabel per i servizi turistici in Sardegna (da 6 nel 2012 a 19 nel 2015)</p>	<p>PUNTI DI DEBOLEZZA:</p> <p>Operatori del settore non adeguatamente formati nei cambiamenti tecnologici registrati nel settore (comunicazione; comunicazione in lingua straniera); nella gestione del cliente; in termini di nuove tendenze globali e tipologie di clienti.</p> <p>Frammentazione della Culturale Heritage della Sardegna</p> <p>Stagionalità: concentrazione di presenze turistiche nei mesi tra giugno e settembre (circa l'83%)</p> <p>Inadeguata consistenza e funzionalità degli esercizi ricettivi in termini di standard e comfort offerti in bassa stagione</p> <p>Insufficiente offerta di servizi in prossimità degli attrattori culturali e ambientali</p> <ul style="list-style-type: none"> frammentazione dell'offerta turistica <p>Prodotti turistici e culturali non adeguatamente valorizzati economicamente</p> <p>Carenze integrazione territoriale turistico -culturale-creative secondo nuovi modelli di business</p>
<p>OPPORTUNITÀ</p> <p>Strategicità e trasversalità del settore turistico, con ampie potenzialità di sviluppo</p> <p>presenza di un patrimonio culturale (beni archeologici; siti minerari dismessi; patrimonio ambientale)</p> <p>Valorizzazione delle possibilità offerte dalla programmazione europea e nazionale per migliorare l'offerta turistico- culturale anche in chiave innovativa</p> <p>Valorizzazione delle ICT per creare un efficace ecosistema digitale di promozione e marketing del turismo.</p>	<p>MINACCE</p> <p>Crescente concorrenza da parte di altre destinazioni turistiche</p> <p>Competitor con maggiore propensione a innovare nell'ambito turistico</p> <p>Carenze nel sistema logistico e dei trasporti</p> <p>Ritardo nello sviluppo di servizi turistici commerciabili on line</p> <p>Presenza di grandi player internazionali delle altre destinazioni concorrenti</p>

OBIETTIVO SPECIFICO

L'obiettivo della proposta progettuale è quello di favorire la creazione di nuove opportunità di lavoro e lavoro autonomo nel settore del turismo e dei beni culturali e ambientali per **80 disoccupati giovani sino ai 35 anni, NEET di cui almeno il 45% donne**



ASSESSORADU DE SU TRABALLU, FORMATZIONE PROFESSIONALE, COOPERATZIONE E SEGURÀNTZIA SOTZIALE

ASSESSORATO DEL LAVORO, FORMAZIONE PROFESSIONALE, COOPERAZIONE E SICUREZZA SOCIALE

Promoform

Ente di Formazione Professionale



RISULTATI ATTESI:

- Effettuata l'analisi dei fabbisogni
- 15 beneficiari formati con competenze specifiche in materia di sviluppo turistico locale
- 20 beneficiari formati con competenze specifiche in ICT delle gestione e accoglienza turistica
- 15 beneficiari dell'intervento formati con competenze in materia di comunicazione e marketing del turismo
- 15 beneficiari formati con competenze professionali in marketing dei beni culturali
- 10 beneficiari formati alla creazione d'impresa e affiancati nella creazione di una propria idea imprenditoriale
- Definito il quadro strategico di mainstreaming per assicurare diffusione, trasferimento e sostenibilità dei risultati e ricadute delle attività poste in essere.

ATTIVITÀ:

- Analisi dei fabbisogni
- Realizzazione dei percorsi di formazione professionale finalizzati alla certificazione di competenze e all'inserimento lavorativo
- Realizzazione dei percorsi di formazione professionale finalizzati alla formazione all'autoimpiego e all'imprenditorialità;
- Attività di diffusione e di mainstreaming

PRINCIPALI OUTPUT:

- Progettazione di dettaglio con l'individuazione delle competenze specifiche (individuazione figure professionale e uc di dettaglio; matrice prodotti/servizi)
- Certificazione di competenza acquisita dagli allievi in formazione (n.70 allievi)
- Business plan per l'avvio di impresa (n. 10 allievi)

La motivazione alla base dell'idea progettuale è quella di creare competenze e opportunità di impresa spendibili sul territorio, in rispondenza ad un reale fabbisogno formativo in termini di sviluppo del territorio nel settore del Turismo.

Per la realizzazione della proposta progettuale ci si avvale di un approccio di progettazione partecipativa bottom-up con il piano coinvolgimento degli attori in rete. La realizzazione dei percorsi sarà realizzato mediante una metodologia innovativa, basata su l'approccio didattico attivo e "competence based".

ATTIVITA' DI ANALISI DEI FABBISOGNI

L'attività di analisi dei fabbisogni è finalizzata a definire i contenuti di dettaglio dei percorsi formativi e dei percorsi di creazione di impresa.

- analisi dei fabbisogni nell'ambito delle reti intelligenti e gestione efficiente dell'energia;
- analisi dei prodotti/servizi innovativi e i relativi fabbisogni informativi e formativi verso i quali indirizzare la formazione all'autoimpiego e all'imprenditorialità

Attività:

Analisi desk: : L'analisi si basa essenzialmente sull'approfondimento dello studio di settore nell'intero territorio regionale

Mappatura degli stakeholders: oltre gli attori coinvolti in rete, si procederà alla mappatura di tutti gli attori rilevanti da coinvolgere nella fase di analisi dei fabbisogni

Elaborazione e somministrazione questionario di rilevazione dei fabbisogni: un questionario strutturato sarà divulgato agli attori coinvolti in rete e agli stakeholders in modo da ottenere dati rilevanti al fine di strutturare dei percorsi formativi che rispondano a reali carenze del comparto.



ASSESSORADU DE SU TRABALLU, FORMATZIONE PROFESSIONALE, COOPERATZIONE E SEGURÀNTZIA SOTZIALE

ASSESSORATO DEL LAVORO, FORMAZIONE PROFESSIONALE, COOPERAZIONE E SICUREZZA SOCIALE

Promoform

Ente di Formazione Professionale



Interviste con attori privilegiati: per ogni territorio saranno individuati degli attori privilegiati (policy maker; organizzazioni di categoria; enti di ricerca; ecc..) a cui è richiesta una testimonianza approfondita delle criticità emerse nel proprio ruolo e le possibili soluzioni proposte

Focus group tematici: 10-15 partecipanti saranno chiamati ad analizzare specifiche tematiche

Workshop finale: Il workshop realizzato in plenaria e aperto al pubblico, ha come obiettivo la condivisione dei risultati dei 4 focus Group e la messa in evidenza dei fabbisogni formativi emersi nei diversi ambiti tematici e nei territori

Al fine di massimizzare le opportunità di occupazione e creazione di impresa dei discenti, i **5 percorsi** saranno diversificati sia in termini di contenuti, che in termini di **dislocazione territoriale**. Qui di seguito si rendono noti i percorsi predisposti preliminarmente in fase progettuale, che saranno, tuttavia, resi evidenti nella loro veste definitiva a conclusione delle attività di analisi dei fabbisogni.

PERCORSO N.1	
DENOMINAZIONE PERCORSO	Sviluppo turistico locale
DESCRIZIONE SINTETICA DEGLI OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO	<p>Al termine del percorso la persona è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Raccogliere informazioni strutturate su fattori e aspetti peculiari del territorio di riferimento attraverso l'utilizzo di diversi strumenti di ricerca, verificando anche le tendenze di mercato e le offerte già presenti sul territorio • Raccogliere informazioni strutturate su fattori e aspetti peculiari del territorio di riferimento attraverso l'utilizzo di diversi strumenti di ricerca, verificando anche le tendenze di mercato e le offerte già presenti sul territorio • Realizzare azioni di promozione turistica in Italia ed all'estero, sensibilizzando i soggetti istituzionali ed economici e ricercando e raccogliendo sponsorship • Utilizzare tecniche di comunicazione efficace e tecniche di gestione dell'informazione turistica; • Utilizzare sistemi ICT per la creazione di itinerari turistici e la promozione dell'offerta turistica.
DURATA (IN ORE)	600
N. DESTINATARI	15
(DI CUI) N. DESTINATARIE DONNE	8
PROFILI DI QUALIFICAZIONE E/O UNITÀ DI COMPETENZA DI RIFERIMENTO PRESENTI NEL REPERTORIO REGIONALE O DI CUI SARÀ CHIESTO L'INSERIMENTO ANCHE (E PREFERIBILMENTE) A PARTIRE DA ALTRI REPERTORI REGIONALI	RRPQ - RAS 144 - Tecnico per lo sviluppo turistico locale

PERCORSO N.2

DENOMINAZIONE PERCORSO	Turismo 2.0
-------------------------------	--------------------



ASSESSORADU DE SU TRABALLU, FORMATZIONE PROFESSIONALE, COOPERATZIONE E SEGURÀNTZIA SOTZIALE

ASSESSORATO DEL LAVORO, FORMAZIONE PROFESSIONALE, COOPERAZIONE E SICUREZZA SOCIALE

Promoform

Ente di Formazione Professionale



<p>DESCRIZIONE SINTETICA DEGLI OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO</p>	<p>Al termine del percorso la persona è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gestire la comunicazione con il cliente e stabilire un rapporto di ascolto attivo e di dialogo al fine di comprenderne ed interpretarne correttamente esigenze ed aspettative • Verificare la disponibilità del servizio ai diversi canali di vendita, diversi fornitori e diversi sistemi di prenotazione ICT • Fornire informazioni relative agli eventi di un dato territorio, anche in lingua straniera avvalendosi di sistemi digitali • Promuovere e vendere i servizi disponibili con sistemi digitali • Effettuare prenotazioni avvalendosi di servizi tradizionali e digitali tecnologicamente innovativi • Conoscere la lingua straniera per la comunicazione scritta ed orale • Analizzare le opportunità turistiche offerte dal territorio • Procedure e strumenti di prenotazione di pacchetti e servizi turistici (gds, crs, prenotazione telefonica, prenotazione con tecnologie digitali e ICT ecc.) • Gestione delle procedure di prenotazione di servizi turistici, visite, biglietteria, ecc. con strumenti tradizionali e digitali
<p>DURATA (IN ORE)</p>	<p>200</p>
<p>N. DESTINATARI</p>	<p>20</p>
<p>(DI CUI) N. DESTINATARIE DONNE</p>	<p>12</p>
<p>PROFILI DI QUALIFICAZIONE E/O UNITÀ DI COMPETENZA DI RIFERIMENTO PRESENTI NEL REPERTORIO REGIONALE O DI CUI SARÀ CHIESTO L'INSERIMENTO ANCHE (E PREFERIBILMENTE) A PARTIRE DA ALTRI REPERTORI REGIONALI</p>	<p>RRPQ - RAS</p> <p>191 - Operatore dei servizi di informazione, accoglienza e promozione turistica</p>

<p>PERCORSO N.3</p>	
<p>DENOMINAZIONE PERCORSO</p>	<p>Marketing e comunicazione nel turismo</p>
<p>DESCRIZIONE SINTETICA DEGLI OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO</p>	<p>Al termine del percorso la persona è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fornire assistenza al cliente nella fruizione del servizio reso • Accogliere il cliente e stabilire un rapporto di ascolto attivo e di dialogo al fine di comprenderne ed interpretarne correttamente esigenze ed aspettative • Registrare le richieste del cliente valutandone le priorità e presentando le possibili soluzioni od alternative • Utilizzare e uno stile comunicativo appropriato alla



ASSESSORADU DE SU TRABALLU, FORMATZIONE PROFESSIONALE, COOPERATZIONE E SEGURÀNTZIA SOTZIALE

ASSESSORATO DEL LAVORO, FORMAZIONE PROFESSIONALE, COOPERAZIONE E SICUREZZA SOCIALE

Promoform

Ente di Formazione Professionale



	<p>relazione con il cliente (anche in lingua straniera) nelle varie fasi di erogazione del servizio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare Lingua straniera per la comunicazione scritta ed orale (inglese – tedesco) • Utilizzare in modo appropriato le tecniche di soddisfazione e fidelizzazione del cliente • Utilizzare in modo appropriato le tecniche di comunicazione e relazione interpersonali utilizzare in modo appropriato le tecniche e strumenti di rilevazione delle aspettative e di analisi del gradimento • Principali sistemi operativi ed applicazioni software per la gestione ed elaborazione di dati marketing dei servizi turistici
DURATA (IN ORE)	200
N. DESTINATARI	20
(DI CUI) N. DESTINATARIE DONNE	12
PROFILI DI QUALIFICAZIONE E/O UNITÀ DI COMPETENZA DI RIFERIMENTO PRESENTI NEL REPERTORIO REGIONALE O DI CUI SARÀ CHIESTO L'INSERIMENTO ANCHE (E PREFERIBILMENTE) A PARTIRE DA ALTRI REPERTORI REGIONALI	<p>RRPQ - RAS</p> <p>191 Operatore dei servizi di informazione, accoglienza e promozione turistica</p> <p>147- Operatore di agenzia di viaggi e turismo</p>

PERCORSO N.4	
DENOMINAZIONE PERCORSO	Marketing dei beni culturali
DESCRIZIONE SINTETICA DEGLI OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO	<p>Al termine del percorso la persona è in grado di:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valutare il potenziale del patrimonio culturale esistente sul territorio • Leggere ed interpretare il fabbisogno/esigenze d'uso/di fruizione del patrimonio culturale in ragione delle caratteristiche sociali e territoriali del contesto • Utilizzare metodologie e tecniche di consultazione di fonti, repertori e banche dati relative al sistema culturale/territoriale di riferimento • Individuare il potenziale fruitivo del patrimonio culturale e le relative opportunità di sviluppo • Assumere le caratteristiche del sistema culturale e le possibili convergenze con il quadro politico, sociale ed economico di riferimento, identificando gli elementi sostenibili • Individuare soluzioni per la progettazione del sistema di eventi culturali funzionali alle caratteristiche e ai fabbisogni del contesto • Identificare il sistema di risorse necessario all'attivazione di interventi culturali di valorizzazione del territorio - soggetti pubblici o privati, strumenti, fonti di finanziamento, ecc.



ASSESSORADU DE SU TRABALLU, FORMATZIONE PROFESSIONALE, COOPERATZIONE E SEGURÀNTZIA SOTZIALE

ASSESSORATO DEL LAVORO, FORMAZIONE PROFESSIONALE, COOPERAZIONE E SICUREZZA SOCIALE

Promoform

Ente di Formazione Professionale



	<ul style="list-style-type: none"> • Individuare elementi progettuali funzionali alla microprogrammazione degli eventi culturali
DURATA (IN ORE)	400
N. DESTINATARI	15
(DI CUI) N. DESTINATARIE DONNE	8
PROFILI DI QUALIFICAZIONE E/O UNITÀ DI COMPETENZA DI RIFERIMENTO PRESENTI NEL REPERTORIO REGIONALE O DI CUI SARÀ CHIESTO L'INSERIMENTO ANCHE (E PREFERIBILMENTE) A PARTIRE DA ALTRI REPERTORI REGIONALI	Repertorio Regione Emilia Romagna <u>Tecnico della Valorizzazione dei Beni/Prodotti Culturali</u>

PERCORSO N.4 CREAZIONE DI IMPRESA	
DENOMINAZIONE PERCORSO	Creazione di impresa nel turismo e beni ambientali e culturali
DESCRIZIONE SINTETICA DEGLI OBIETTIVI DI APPRENDIMENTO	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare le strategie di pianificazione della propria idea imprenditoriale. • Comprendere le modalità di elaborazione di un Business Plan in modo da raggiungere una completa capacità di valutazione della propria idea imprenditoriale; • acquisizione e la capacità di comprensione e utilizzo degli elementi alla base dell'Attività di Marketing e management di impresa • Acquisizione di competenze legate alla metodologie e tecniche di progettazione e di analisi finalizzata alla creazione di impresa • elaborazione dell'analisi di fattibilità dell'idea Business • definizione della Business Idea; • analisi delle caratteristiche del mercato di riferimento • analisi dell'ambiente competitivo (competitive set) e posizionamento nel mercato dei servizi; • pianificazione finanziaria attraverso metodologie di marketing e management • definizione dell'action plan di marketing e management • elaborazione del business plan
DURATA (IN ORE)	120 per ciascun partecipante
N. DESTINATARI	10
(DI CUI) N. DESTINATARIE DONNE	6