UNIONE EUROPEA
Fondo sociale europeo

MINISTERO DEL LAVORO E DELLA PREVIDENZA SOCIALE
Direzione Generale per le Politiche per l'Orientamento e la Formazione

Dipartimento per le Politiche di Sviluppo
Ministero dell'Economia e delle Finanze

PON ATAS
2000-2006

Presidenza del Consiglio dei Ministri
RIFORME E INNOVAZIONI NELLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE
DIPARTIMENTO DELLA FUNZIONE PUBBLICA

PROGETTO
Sviluppo dei servizi formativi e trasferimento di buone prassi nel settore del turismo e dell'ospitalità
PON ATAS – Misura II.2 – Az. 5.7

Proposta progettuale relativa alle attività dell'Ambito 2 "Mappatura delle buone prassi, scambio di esperienze e Formazione-Intervento per lo sviluppo delle competenze degli operatori della P.A. coinvolti a vari livelli nel settore del turismo"

LABORATORIO REGIONE MOLISE

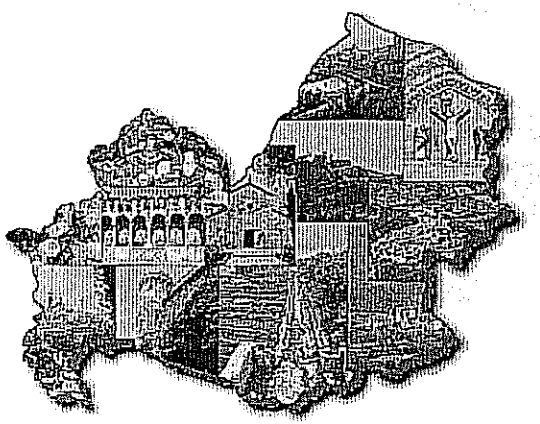
Presidenza del Consiglio dei Ministri

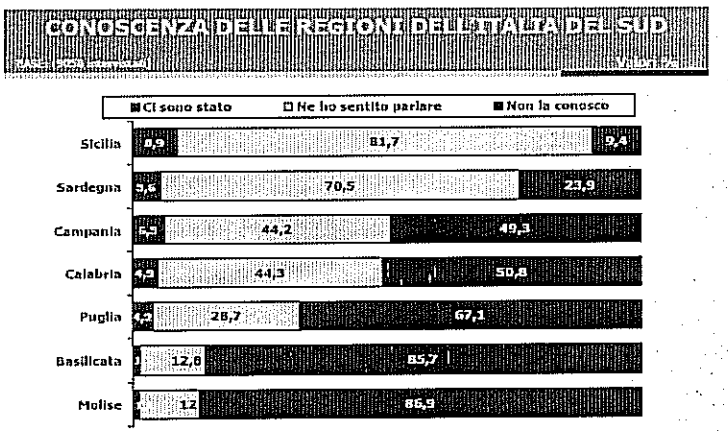
Formez

Seminario "I sistemi turistici locali nella realtà dei fatti: nascita, sviluppo e consolidamento" – Roma, 28 febbraio e 1 marzo 2007

Il turismo nella regione Molise: la domanda

- Nel 2005 gli arrivi in Molise sono stati complessivamente 197.592, mentre le presenze 747.805; di cui solo il 7,5% sono stranieri. **La Regione attira oggi solo il 2% dei turisti che visitano l'Italia.** I turisti stranieri non sono molto attratti dal Molise, se non in riferimento al "turismo di ritorno" nei classici Paesi dell'emigrazione.
- Secondo le elaborazioni della Doxa, sulle base di alcune indagini condotte nel 2004 sull'attrattività e immagini di alcune aree turistiche italiane, su un campione di turisti stranieri (Germania, Regno Unito, Francia, Austria, Olanda, Svizzera, Belgio, Usa e Giappone) ed italiani, **il Molise risulta la meno conosciuta tra le regioni italiane del sud. Secondo i dati, l'86,9% ha dichiarato di non conoscerla, appena il 12% ne ha sentito parlare e l'1,1% l'ha visitata.**





Il turismo nella Regione Molise: l'offerta

- Il territorio del Molise è molto diversificato e possiede **montagna**, **collina** ed un breve **tratto litorale** sul Mar Adriatico.
- La ricchezza delle testimonianze archeologiche racconta una storia antichissima: dai **villaggi preistorici e protostorici**, all'ascesa dei **Sanniti**, che qui si insediarono attorno al VII secolo a.C., alle guerre contro i **Romani**, ai **castelli fortificati del Medioevo**, alle invasioni barbariche che cambiarono cultura e paesaggio del vecchio Sannio romano.
- Il Molise si distingue anche per **l'enogastronomia**: è il primo produttore di tartufo bianco in Europa e i suoi insaccati di carne di maiale sono apprezzati in tutta Italia.
- Anche dal punto di vista naturalistico il Molise si distingue per la presenza di **foreste** per il 16% della superficie regionale e di molte **aree protette di grande valore** (es: Area MAB, Oasi Lipu e numerosi siti di interesse comunitario), oltre che attrazioni naturalistiche fortemente legate alle sue tradizioni, come il Parco Regionale dei Tratturi del Molise.

Alcune considerazioni/2

Molise può trarre benefici "**caratterizzando" l'offerta turistica**, associandola alle **risorse naturale** ed **antropiche** e **integrandola** con altri settori economici, **trasformando il proprio territorio in "prodotto"** di qualità e facendo del turismo regionale una delle principali attività economiche locali.

A tal fine occorrono:

- **capacità di proporre prodotti competitivi.**
- **nuovi interventi sulle infrastrutture**
- **maggiore qualità del servizio,**
- **formazione degli operatori**

\

Lo stato di attuazione degli STL e prospettive future

In Regione, esistono **due esempi di Sistemi Turistici Locali (STL),** approvati con DGR, prima ancora che la Regione emanasse le Linee Guida per il riconoscimento degli stessi.
Ancora però non è stata recepita la Legge 135 del 2001.

- il **STL "Stella del Molise"** (promosso dall'Azienda Autonoma di Soggiorno e Turismo di Termoli, coinvolge 24 Comuni, tra i quali Termoli e le Isole Tremiti) oltre a diverse associazioni di categoria e consorzi.
- il **STL "Molise",** promosso dal MOLI. GAL. è costituito dall'area Matesina, dall'area delle Mainarde e dell'Alto Molise.

Ma attualmente è in fase di ridefinizione il "comparto turistico" e alcune scelte fatte saranno riviste in un ottica migliorativa. Appare pertanto necessario, approvare la legge regionale di riforma del comparto turistico, in attuazione della Legge 135 del 2001 che, tra l'altro, riconosce il ruolo dell'impresa turistica e inquadra e definisce quello dei Sistemi Turistici Locali.

La Regione è orientata ad individuare "forme associative" basate sul partenariato pubblico-privato, con l'obiettivo di: aumentare il livello di competitività territoriale, attraverso la promozione e la valorizzazione delle risorse ambientali e culturali, in un'ottica di sviluppo sostenibile, in modo da coniugare l'obiettivo della tutela, della conservazione e del recupero ambientale con quello più generale dello sviluppo turistico del territorio e delle comunità locali.

Gli obiettivi del laboratorio/1

- Il percorso del laboratorio della Regione Molise vuole essere l'occasione per un proficuo incontro e confronto fra il settore pubblico e privato sulle esperienze degli STL e per la rilettura delle stesse in chiave di criticità e potenzialità,

- Quale che sia l'orientamento dell'Amministrazione Regionale in fase di riorganizzazione, cosa che potrà essere più chiara nel corso dei prossimi mesi, e di cui ovviamente si terrà conto anche nel percorso intrapreso dal laboratorio integrazioni e modificazioni in itinere, il **laboratorio stesso sarà** in ogni caso **il terreno di sperimentazione di una più intensa attività di confronto e progettazione partecipata fra tutti i soggetti, pubblici e privati, che oggi sono interessati e attività nella direzione dello sviluppo socio-economico della regione attraverso la leva del turismo.**

- Il laboratorio, dunque, mira a incrementare la capacità progettuale di un piano di sviluppo di STL o, comunque, di esperienze associative per la valorizzazione e promozione turistica del territorio.

I contenuti del laboratorio/3

Metodologia di analisi di un territorio dal punto di vista turistico	Il tema sarà affrontato 'indirettamente' attraverso la presentazione principi e linee guida per la costruzione di un sistema turistico, che costituirà il punto di partenza per tutto il lavoro successivo.
Analisi e diagnosi degli attuali STL	Questa prima fase della valutazione consiste in una verifica dello stato degli STL: l'offerta, la domanda, la concorrenza e le tendenze (le aspettative del consumatore, ad esempio). Il confronto dei risultati delle analisi dell'offerta, della domanda, della concorrenza e delle tendenze consente d'identificare i punti di forza e le carenze del territorio. Questa prima fase della diagnosi permette a sua volta di determinare le opportunità e i rischi legati ad un eventuale sviluppo turistico. L'ultima fase della diagnosi, relativa ai punti di forza e alle carenze del territorio rispetto alle opportunità e ai rischi sul mercato del settore turistico locale, permetterà di definire una "posizione strategica di successo". Questo concetto abbraccia i principali vantaggi in grado di procurare, a lungo termine, una superiorità rispetto ai concorrenti.
Rilettura del sistema di offerta	Le componenti dell'offerta attuale e potenziale degli STL: individuare tangibili ed intangibili del territorio degli STL; adeguare i prodotti esistenti ai nuovi scenari; trasformare le risorse del territorio in nuovi prodotti; integrare i prodotti esistenti.
La qualità della destinazione turistica	Rispetto alla nuova definizione dell'offerta degli STL sarà affrontato il tema trasversale della qualità e identificate le principali azioni e strumenti a supporto della stessa. In particolare, oggetto di studio saranno i seguenti temi: •Il concetto di qualità nel turismo; •Il processo di qualità a livello di destinazione turistica; •Modelli e gli strumenti operativi utilizzabili nella programmazione di un piano di qualità turistica

I contenuti del laboratorio/3

Comunicazione e marketing per la promozione turistica	Rispetto a questo tema, sarà necessario un approfondimento specifico sui metodi di pianificazione della strategia comunicativa e di marketing e sugli strumenti a disposizione di un territorio per promuoversi all'esterno in funzione di uno sviluppo locale complessivo. Relativamente al prodotto ridefinito per gli STl saranno affrontati i seguenti temi: •Pianificare una strategia di promozione •Piano di comunicazione: strategie e mezzi •Costruzione dell'immagine •Gestione della comunicazione integrata •Monitoraggio e valutazione dei risultati
La governance del Sistema Turistico Locale	Ruolo e caratteristiche istituzionali di una destination management organization: •Governance verticale nel turismo •Governance orizzontale Il tema sarà incentrato sulla necessità di cooperazione interistituzionale in ottica strategica di sviluppo locale. Un approfondimento, in particolare, sarà rivolto ai modelli innovativi di gestione integrata permessi attualmente a livello normativo e alle modalità giuridiche, le possibilità di accordo ecc. pubblico/private relative allo sviluppo dei STL.

Soggetti coinvolti nel laboratorio

Relatori del laboratorio
Saranno chiamati ad intervenire, in qualità di relatori, esperti nelle materie oggetto di incontro, sia facenti parte del Formez che esterni. Con il compito di

- introdurre i lavori attraverso un inquadramento del tema,
- stimolare la discussione sulle esperienze in atto,
- evidenziare le principali problematiche emerse
- proporle per una riflessione nelle successive sessioni di gruppo,
- guidare e supportare l'aula nel corso dell'esercitazione,
- sistematizzare, alla conclusione, gli elementi scaturiti dal laboratorio.

Destinatari del laboratorio
I destinatari privilegiati dell'iniziativa sono

- Responsabili e i funzionari della Regione Molise,
- Autorità di Gestione dei POR;
- Enti Locali coinvolti nella gestione dei territori oggetto di realizzazione/implementazione del STL prescelto;
- referenti dei GAL relativi al territorio prescelto;
- professionisti privati del settore turistico culturale dei territori oggetto di realizzazione e/o implementazione del STL prescelto.

Metodologia formativa: le lezioni frontali

LEZIONI FRONTALI

Gli obiettivi delle lezioni frontali sono:

- creare un'occasione di studio e approfondimento di contenuti e di incremento della conoscenza di tipo metodologico rispetto a questi,
- riflessione e monitoraggio sullo stato di avanzamento attuale dell'integrazione a livello turistico nei propri territori
- aggiornamento, implementazione, perfezionamento dell'integrazione attraverso nuovi interventi mirati e concertati.

ESERCITAZIONE

L'obiettivo dell'esercitazione è di condividere e co-progettare interventi di integrazione sul territorio di riferimento relativamente ai temi specifici affrontati nel corso del laboratorio.

- L'esercitazione sarà preceduta da una spiegazione del Project Cycle Management,
- La fase propedeutica all'esercitazione comporterà anche la spiegazione degli obiettivi che ci si pone con essa e l'illustrazione di un esempio di progetto di massima (scheda progetto) a cui ogni gruppo di lavoro dovrà tendere nei tempi dell'esercitazione.

Metodologia formativa: lezioni frontali e progetto finale

LAVORO FUORI AULA

Tra giornate di lezione ed esercitazione sarà dato tempo ai gruppi di lavoro di **perfezionare il lavoro realizzato in aula e di relazionarsi con il coordinatore/docenti** di riferimento per le varie tematiche.

PROGETTO FINALE

L'output finale del laboratorio costituito dall'elaborazione di **linee guida per la gestione degli STL** che si andrà costruendo attraverso ogni singola esercitazione e attraverso il lavoro fuori aula, per quanto attiene il perfezionamento degli output intermedi. Il progetto finale sarà presentato e discusso pubblicamente in occasione del seminario interregionale di chiusura

Il percorso formativo del laboratorio

Presentazione di principi e linee guida per la progettazione e implementazione di un STL

Diagnosi degli STL esistenti e analisi swot

Il territorio da risorsa a prodotto: Elementi e caratteristiche di un prodotto turistico locale

Individuazione dell'offerta attuale degli STL e sviluppi futuri

La qualità della destinazione turistica. Modelli e strumenti per la qualità

Individuazione degli strumenti per il monitoraggio della qualità STL

Comunicazione e marketing per la promozione

La strategia di promozione e piano di comunicazione per gli STL

La governance del Sistema Turistico

Il modello di gestione degli STL

Linee guida per la implementazione e gestione degli STL