

Scuola di Alti Studi in Economia del Turismo Culturale Cattedra Edoardo Garrone

“Accoglienza come sistema: un incrocio tra luoghi e persone”

Siracusa, 16 ottobre / 24 novembre 2006

I) GLI OBIETTIVI

Il progetto si pone l'obiettivo di fornire una formazione di eccellenza affrontando una serie di questioni incentrate sulle tematiche della creazione, sviluppo, e gestione del **territorio turistico**. In particolare il Corso vuole:

- proporre occasioni di riflessione critica e spunti di provocazione intellettuale per suggerire nuove visioni e nuovi orizzonti di operatività;
- offrire prospettive concrete di sintesi fra l'agire del pubblico e l'intraprendere privato nell'ambito della gestione complessiva della destinazione e dei relativi prodotti turistici;
- fornire ai partecipanti percorsi per un sapere turistico innovativo da spendere nella propria specifica realtà operativa traguardando però orizzonti e contesti globali.

Il programma triennale di formazione è quindi organico e segue un preciso filo logico (creare e/o rilanciare un territorio nelle sue componenti di offerta turistico-culturale-ambientale, di accoglienza e di costruzione di reti cooperanti) ma è progettato in base ad una libera **destrutturazione** dei più tradizionali (e comunemente offerti) canoni disciplinari e didattici.

Il Corso intende trattare il turismo non tanto a livello di impresa ma soprattutto a livello di **destinazione**, vista appunto come insieme delle imprese che offrono il loro prodotto turistico inserite in un contesto territoriale, ambientale, sociale, culturale che, nella maggior parte dei casi, costituisce la vera “materia motivante” dell'esperienza turistica.

I contenuti fanno dunque riferimento a quattro tematiche trasversali che sono l'economia, la sociologia e gli aspetti psicologici e motivazionali, la gestione e il marketing e la comunicazione e commercializzazione del turismo, mentre il focus, teorico ed applicativo, è mirato sul **tema dell'accoglienza**, quale elemento che, a parità di altre condizioni, costituisce sempre più il vero valore aggiunto di una destinazione.

In sostanza la formazione si propone di rispondere in opportuna correlazione alle seguenti **domande**:

- *Conviene fare turismo?: come, quanto, perché e chi guadagna (e perde) con il turismo;*
- *Quale è il turismo che dobbiamo "catturare"?: come è cambiato il turismo nella società e nella mente del turista: chi, come, per quanto perché va in vacanza (fa turismo);*
- *Come programmare, realizzare, gestire, monitorare il turismo ?*
- *Quali gli approcci, le tecniche e gli strumenti per comunicare e vendere il turismo?*
- *Come accogliere, coccolare e trattenere il turista ?*

2) IL PROGETTO TRIENNALE

La Cattedra si articola su un piano didattico-formativo che trova la sua completa esplicitazione in un arco triennale. Ogni anno sarà incentrato su un **tema-guida** (che occuperà circa 40% delle ore di formazione) e sullo svolgimento di quattro **tematiche istituzionali** di base, ritenute comunque indispensabili al raggiungimento di un livello di conoscenza di alta qualificazione.

I temi-guida individuati per il primo arco triennale sono coniugati in logica sequenza in modo da conseguire un **percorso specialistico** orientato alla formazione di abilità intellettuali professionali nei settori della pianificazione, progettazione e gestione delle risorse e delle strutture turistico-culturali del territorio.

In ordine cronologico essi sono:

I anno: Accoglienza come sistema: un incrocio tra luoghi e persone

II anno: Rilanciare un territorio turistico-culturale

III anno: Costruire reti cooperanti di turismo

Insieme ai temi guida, ogni anno, verrà svolto un percorso formativo che ha a fondamento quattro tematiche istituzionali (**moduli**):

1. **Economia dei territori turistici**
2. **Sociologia e psicologia del turismo**
3. **Management e marketing turistico**
4. **Comunicazione delle destinazioni e dei prodotti turistici**

2.1) I Destinatari

Fra i **principali destinatari** della formazione sono state prioritariamente individuati i seguenti gruppi:

- Giovani laureati, funzionari, manager che intendono intraprendere/ proseguire/migliorare un'attività nel settore turistico della cultura, dell' ambiente, del business.
- Giovani che intendono trovare occupazione nei predetti settori, compresi l'organizzazione, pianificazione e progettazione dei medesimi.
- Amministratori pubblici e dirigenti e funzionari del settore pubblico (enti locali); enti turistici.
- Operatori istituzionali e privati del settore turismo e relative organizzazioni di categoria; tour operator; organizzatori di viaggio; aziende della ricettività e dell'ospitalità.
- Enti e organizzazioni culturali, artistiche, ambientali; direttori/funzionari di musei, parchi; organizzatori di eventi.

2.2) Piano organizzativo dell'attività formativa

Il corso si svolgerà nell'arco di sei settimane a partire dal 16 ottobre, per un impegno complessivo di 150 ore.

La tipologia delle attività formative **complessivamente** si articola in:

- **Lectio magistralis:** 3 eventi culturali aperti alla città e al pubblico (anche in occasione della Prolusione e della Cerimonia di Conclusione del corso) (6 ore).
- **Didattica:** 126 ore frontali, concentrate in sei settimane consecutive
- **Testimonianze:** 6 *case history* presentati da istituzioni, operatori italiani ed esteri di rilevanza internazionale (16 ore)
- **Stage sul territorio:** 4 escursioni di studio alla scoperta dei *plus* territoriali e delle loro reti di collegamento.
- **Project work:** 1 progetto sperimentale con esercitazione sullo sviluppo e valorizzazione turistico-culturale del territorio siracusano

2.4) Modalità di accesso e comunicazione

La **frequenza** è aperta a 25 partecipanti.

Ai fini della scelta dei partecipanti sono previsti colloqui di selezione da organizzare a Milano, Roma e Siracusa.

Sarà realizzata una campagna di marketing e comunicazione per sostenere e promuovere adeguatamente l'iniziativa.

3) IL PROGETTO FORMATIVO DEL I ANNO: "ACCOGLIENZA COME SISTEMA: UN INCROCIO TRA LUOGHI E PERSONE"

Il programma formativo comprende quattro moduli istituzionali, oltre ad un modulo specificatamente dedicato al "tema-guida" dell'anno.

3.1) Economia dei territori turistici

Temi:

Domanda e offerta

- Economia del turismo incoming di una destinazione
- Focus sui mercati incoming emergenti: italiano e internazionali

Gli impatti

- L'indotto turistico: valutare costi e benefici, diretti e indiretti, monetari e non monetari
- Gli impatti del turismo e la capacità di carico

Lo sviluppo e la programmazione

- Sviluppo endogeno e specializzazione turistica
- Territorio, qualità e turismo
- La politica turistica per una destinazione
- Il *business plan* della destinazione
- Turismo, finanza pubblica e sviluppo locale
- Distretti e sistemi turistici locali

Altri eventuali:

- Analisi input-output: domanda e occupazione; domanda e importazione; domanda e produzione; esternalità e dinamica dei flussi turistici
- Investimento e rischio delle imprese turistiche
- Le tecniche di previsione turistica

3.2) Sociologia e psicologia del turismo

Temi:

Sociologia

- Società e turismo: le teorie e i modelli sociali e comportamentali
- Nuovi turismi e nuovi turisti: cosa è cambiato e cosa cambierà
- Il turista metropolitano
- Fra slow e fast, fra realtà e immagine, fra tecno e identità: quale turismo per quale turista?
- Gli stili di vita e la domanda nazionale e internazionale di viaggi
- Luoghi versus “non luoghi”
- La competizione fra luoghi

Psicologia

- Natura del bisogno turistico
- Analisi del processo psicologico di scelta di una località turistica: gli elementi del prodotto turistico
- Percezione, esperienza, mappe mentali: auto o eterodiretti?

Altri eventuali:

- Turismo e motivazione: tipologie di turismo, teorie dei bisogni
- Dinamiche dei gruppi nel turismo

3.3) Management e Marketing turistico

Temi:

Management

- Destination management: potenziare le possibilità di mercato; creare valore (quali prodotti e per quali segmenti);
- Trasformare la risorsa territoriale in prodotto turistico
- La risorsa umana nel turismo
- Gli eventi per il turismo: dalla spettacolarità all' autenticità
- Le nuove tecnologie, strumento per ri-proporre il territorio
- Sinergia e strategie: competizione versus cooperazione. Associarsi e specializzarsi per competere
- Finanziamenti e nuovi strumenti per il turismo

Marketing

- La *vision* del turismo
- Marketing management del turismo
- Il piano di marketing di una destinazione
- Segmentare il mercato ed i gruppi
- Il Tourism Resource Audit
- Fidelizzare il turista
- Misurare il successo
- Marketing e internet

Commercializzazione

- La distribuzione dei prodotti turistici. Scegliere i canali
- La variabile prezzo per una destinazione

3.4) Comunicazione delle destinazioni e dei prodotti turistici

Comunicazione

- Sviluppare la cultura della conoscenza del mercato per comunicare, posizionare e vendere il prodotto
- Comunicare il turismo e i luoghi: fra estetica, valore e suggestione
- Comunicare con i pubblici, comunicare con gli stakeholder
- Media e turismo

3.5) Il tema-guida: "Accoglienza come sistema: un incrocio tra luoghi e persone".

Temi:

Il valore dell'accoglienza

- Accogliere e trattenere il turista: una sfida per tutti
- Il valore dell'accoglienza turistica
- Progettare insieme l'accoglienza: ente pubblico, operatori, residenti
- Nuovi strumenti di coinvolgimento della comunità locale e sensibilizzazione dell'opinione pubblica

L'attenzione al turista

- Il dominio della domanda: far sopravvivere e sviluppare il turismo grazie alla soddisfazione del cliente
- Focus sul turista: autenticità, qualità, innovazione, integrazione
- Customer service
- Gli stadi della visita turistica, Strategie per: pre-visita; arrivo; soggiorno; partenza; ricordi
- Le campagne d'accoglienza: esperienze di coinvolgimento del grande pubblico e di gruppi particolari nel miglioramento dell'atmosfera e dell'accoglienza

Programmare e praticare l'accoglienza

- La riconversione e la riqualificazione in senso turistico di una città o di un territorio
- Spazi pubblici, arredo urbano e segnaletica turistica: la qualità dell'immagine della località e del quadro d'accoglienza
- Il quadro d'accoglienza, l'ambiente d'accoglienza, l'atmosfera d'accoglienza
- Unicità e desiderabilità della destinazione e delle strutture turistiche
- Consigli pratici di accoglienza per conquistare ospiti (corrispondenza, ospitalità, arredamento, spazi esterni, informazione...)