



Scuola di Alti Studi in Economia del Turismo Culturale
Cattedra Edoardo Garrone
3^a edizione

“Costruire reti cooperanti di turismo e cultura”

Siracusa, 13 ottobre - 22 novembre 2008

1) GLI OBIETTIVI

Il progetto si pone l'obiettivo di offrire a giovani laureati e professionisti del settore una formazione di eccellenza legata ai temi della creazione, sviluppo e gestione del territorio turistico e del prodotto culturale.

In particolare, si intende:

1. fornire ai partecipanti un sapere innovativo in ambito turistico e culturale, da spendere nella propria realtà operativa, traguardando nel contempo orizzonti e contesti globali;
2. proporre spunti di riflessione critica e provocazione intellettuale per nuove visioni e nuovi orizzonti di operatività;
3. offrire prospettive concrete di sintesi fra l'agire del pubblico e l'intraprendere privato nell'ambito della gestione della destinazione culturale e dei relativi prodotti turistici.

Il programma di formazione è strutturato in modo organico sulla base di un preciso *fil rouge* (creare e/o rilanciare un territorio in termini di offerta turistico-culturale e sostenibilità, di accoglienza e di creazione di reti cooperanti) e reinterpreta, al tempo stesso, i più tradizionali (e comunemente offerti) canoni didattici.

Infatti, aspetto innovativo del Corso è il suo essere organizzato secondo una formula intensiva, che garantisce in 6 settimane un'offerta formativa importante e qualificante, affiancando alle lezioni frontali esperienze sul campo ed interventi di alto livello sul piano culturale e internazionale.

Il Corso intende trattare il turismo culturale non tanto a livello di singolo imprenditore quanto di "sistema", inteso come insieme degli attori (imprese, enti, operatori) che operano nel settore e offrono il loro "prodotto turistico" inseriti in un contesto territoriale, ambientale e culturale che, nella maggior parte dei casi, costituisce la vera "materia motivante" dell'esperienza turistica.

In sostanza, la formazione si propone di rispondere alle seguenti domande:

- *Conviene fare turismo? Come, quanto, perché e chi guadagna (e perde) con il turismo culturale;*
- *Qual'è il turismo che dobbiamo "catturare"? Come è cambiato il turismo nella società e nella mente del turista: chi, come, per quanto e perché va in vacanza (fa turismo culturale);*
- *Come programmare, realizzare, gestire, monitorare il turismo culturale?*
- *Quali gli approcci, le tecniche e gli strumenti per comunicare e "vendere" il turismo culturale?*
- *Come progettare, riqualificare e/o riposizionare una destinazione rispetto al mercato?*

2) IL PROGETTO FORMATIVO

Il Corso è incentrato ogni anno sullo svolgimento di quattro tematiche propedeutiche, capaci di consolidare abilità professionali nei settori della pianificazione, progettazione e gestione delle risorse turistico-culturali del territorio, e su un diverso tema-guida trattato nella parte specialistica (che occupa circa il 35% delle ore di formazione), ritenuto indispensabile al raggiungimento di un livello di conoscenza di alta qualificazione.

Le quattro tematiche propedeutiche alla base del percorso formativo del Corso sono:

1. Economia dei territori turistici
2. Sociologia e psicologia del turismo
3. Marketing e management del turismo culturale
4. Comunicazione della cultura e del prodotto turistico

I temi-guida della parte specialistica sono stati invece strutturati secondo un piano didattico triennale, che prevede, in ordine cronologico:

2006: "Accoglienza come sistema: un incrocio tra luoghi e persone"

2007: "Ri-progettare i territori turistici "

2008: "Costruire reti cooperanti di turismo e cultura".

Affrontando sia le quattro tematiche di base sia uno specifico tema-guida, il Corso offre ogni anno un percorso formativo completo, che può essere seguito, anno per anno, anche in modo indipendente rispetto all'assetto triennale dei temi-guida.

I temi-guida sono comunque coniugati in logica sequenza, in modo da garantire un percorso coerente e consequenziale, soprattutto a coloro che abbiano già partecipato ai corsi passati e siano interessati a frequentare l'anno successivo.

(Per i dettagli completi in merito ai contenuti e al piano formativo del Corso, si faccia riferimento al punto 3 del presente documento.)

2.1) Destinatari

Fra i principali destinatari del Corso sono stati individuati i seguenti gruppi:

- Giovani laureati che intendono specializzarsi e trovare occupazione nell'ambito turistico-culturale, in particolare nei settori dell'organizzazione, pianificazione e progettazione.
- Giovani laureati, funzionari, manager che intendono intraprendere/proseguire/migliorare un'attività nel settore turistico della cultura, dell'ambiente, del business.
- Amministratori pubblici, dirigenti e funzionari del settore pubblico (enti locali) e degli enti turistici.
- Operatori istituzionali e privati del settore turismo e relative organizzazioni di categoria.
- Rappresentanti di enti e organizzazioni culturali, artistiche, ambientali; direttori/funzionari di musei, parchi.
- Tour operator, organizzatori di viaggio e di eventi; rappresentanti di aziende della ricettività e dell'ospitalità.

2.2) Modalità di accesso

La frequenza è aperta a 25 partecipanti per anno.

La selezione dei partecipanti avviene per titoli e merito, sulla base dei curricula inviati.

In caso di esubero delle domande di iscrizione, sarà previsto un colloquio motivazionale, da organizzare a Milano, Roma e Siracusa, a seconda della provenienza geografica dei candidati.

Per coloro che abbiano frequentato le passate edizioni della Cattedra (o per funzionari/operatori dotati di significative e comprovate esperienze professionali coerenti con il profilo del Corso), è prevista la possibilità di iscriversi alla sola parte specialistica.

2.3) Borse di studio e agevolazioni

La Fondazione Edoardo Garrone mette a disposizione dei partecipanti 3 borse di studio a rimborso totale della quota di iscrizione.

Sono inoltre previste riduzioni per le aziende e gli enti pubblici che decidano di iscrivere al Corso propri dipendenti/funzionari.

Infine, per gli iscritti al Corso sono disposte agevolazioni nelle strutture ricettive e negli esercizi di ristorazione e commerciali cittadini convenzionati.

2.4) Premio “Cattedra Edoardo Garrone”

A partire dall'edizione 2008, chi si iscrive alla Scuola avrà l'opportunità di concorrere al “Premio Cattedra Edoardo Garrone” per il migliore progetto.

Infatti, a tutti gli iscritti interessati, sarà offerta la possibilità di presentare propri progetti operativi nei settori e negli ambiti di studio trattati durante il Corso. All'ideatore della proposta che risulterà aderire maggiormente ai criteri di fattibilità, contributo allo sviluppo del territorio e coerenza con gli obiettivi della Scuola, sarà corrisposto un premio di 5.000 euro per la realizzazione del progetto.

2.5) Orientamento e jobplacement

Per garantire un'effettiva integrazione tra il percorso formativo offerto dalla Cattedra Edoardo Garrone e il mondo del lavoro, la Scuola di Alti Studi in Economia del Turismo Culturale offre ai partecipanti al Corso alcune iniziative di supporto e orientamento, quali: servizi di segnalazione degli iscritti via web e attraverso canali istituzionali, attività di consulenza nella redazione del curriculum vitae, un laboratorio per la creazione d'impresa.

2.6) Comitato Scientifico

Le scelte didattico-scientifiche relative alla Scuola sono affidate ad un qualificato Comitato Scientifico, che, composto da professionisti e docenti esperti nelle discipline trattate nell'ambito del Corso, monitora sui contenuti e la qualità dell'offerta formativa.

I membri del Comitato Scientifico sono i seguenti:

- *Alessandro Amadori:*
Psicologo e sociologo, Amministratore Delegato di Coesis Research.
- *Magda Antonoli Corigliano:*
Professore dell'Area Economia e Direttore del Master in Economia del Turismo, Università Bocconi di Milano.

- *Lluís Bonet i Agustí*:
Direttore dei Corsi Post-laurea in Management Culturale, Universitat de Barcelona.
- *Enrico Iachello*:
Preside della Facoltà di Lettere e Filosofia, Università degli Studi di Catania.
- *Lella Mazzoli*:
Professore di Sociologia della Comunicazione e Direttore dell'Istituto di Comunicazione e Spettacolo della Facoltà di Sociologia, Università degli Studi "Carlo Bo" di Urbino.
- *Pier Luigi Sacco*:
Prettore e Professore di Economia della Cultura, Università IUAV di Venezia.

3) IL PROGRAMMA DIDATTICO DELLA III EDIZIONE: "COSTRUIRE RETI COOPERANTI DI TURISMO E CULTURA"

3.1) Piano dell'attività didattica

Il Corso si svolge nell'arco di 6 settimane a partire dal 13 ottobre fino al 22 novembre 08, per un impegno complessivo di **170** ore di attività formativa e circa 80 di studio individuale (totale: 250 ore).

L'attività formativa si articola in:

- *Lectio magistralis/eventi culturali*: 2 iniziative di pregio aperte alla città e al pubblico (in occasione della Prolusione e della Cerimonia di Conclusione del Corso).
- *Lezioni frontali*: 120 ore centrate sulle 4 tematiche propedeutiche e sull'analisi del tema-guida specialistico.
- *Testimonianze*: 4 *case histories* di rilevanza nazionale e internazionale (15 ore circa), presentate da istituzioni, enti e operatori del settore.
- *Stage sul territorio*: 2 escursioni di studio alla scoperta dei *plus* territoriali e delle loro reti di collegamento.
- *Workshop*: 1 laboratorio di creazione di impresa sviluppato su 3 giornate full time (25 ore), con elaborazione di *project work* finale.

Il Corso si struttura in:

- I parte propedeutica di 4 settimane (dal 13 ottobre al 7 novembre 2008)
- I parte specialistica di 2 settimane (dal 10 al 22 novembre 2008)

I contenuti formativi della **parte propedeutica** sono articolati in **4 tematiche di base**, trattate ognuna in una settimana di insegnamento. Sempre all'interno della parte propedeutica, è inoltre inclusa una **sessione trasversale** di taglio umanistico, volta ad offrire spunti non consueti e multidisciplinari sui temi del viaggio e del turismo.

La **parte specialistica** sviluppa il tema-guida 08 "Costruire reti cooperanti di turismo e cultura" e include il laboratorio di creazione d'impresa.

- **Parte propedeutica**

Tematiche di base

1) Economia e distretti del turismo culturale

- Fondamenti di economia della cultura e del turismo culturale
- Modelli e strumenti per la valorizzazione dei beni culturali
- Il turismo e le ricerche di mercato
- I distretti culturali.

2) Sociologia e psicologia del turismo

- Elementi di psicologia del turismo
- La psicologia del turismo come disciplina empirica
- La sociologia del turismo
- Teorie sociali dello sviluppo turistico: tipologie e stili di vita della domanda nazionale e internazionale di viaggi.

3) Marketing e management del turismo culturale

- Marketing e management: elementi e fondamenti
- Knowledge management e ICT per i nuovi scenari del turismo
- Dal sistema turistico alla *vision*: strategie e gestione
- Politiche e marketing dell'accoglienza turistica.

4) Comunicazione della cultura e del prodotto turistico

- La comunicazione del "prodotto" culturale
- Marketing, distribuzione del prodotto turistico-culturale e nuove tecnologie
- Turismo, comunicazione del territorio e identità locale.

Sessione trasversale.

“Dal viaggio al turismo: emozione, esperienza, cultura”

- La conoscenza *del* viaggio
- Viaggiare *per* immagini: il cinema e il turismo
- Viaggiare *con* i libri
- Gli “oggetti di turismo”: il *souvenir*, tra comunicazione e vissuto dei luoghi.

- **Parte specialistica. Tema-guida “Costruire reti cooperanti di turismo e cultura”**

Tematiche di base

- L'economia regionale e i sistemi turistico-culturali locali
- Conoscere per intervenire: i progetti di analisi e promozione del territorio
- L'evento culturale come motore di sviluppo e valorizzazione turistico-culturale
- Networking, organizzazioni internazionali e rilancio del territorio.

Workshop

Laboratorio di creazione d'impresa organizzato su 3 giornate full time comprensivo di:

- elaborazione analisi SWOT;
- definizione *business plan*;
- esercitazione;
- redazione *project work*.

Siracusa, luglio 08