



Comunicare il Turismo Sostenibile

Master di primo livello
Università degli Studi di Milano-Bicocca
a.a. 2012-2013 / 2013-2014

Perché comunicare il Turismo Sostenibile

La Facoltà di Sociologia dell'Università degli Studi di Milano-Bicocca attiverà nel biennio 2013-2014 la seconda edizione del master di primo livello *Comunicare il Turismo Sostenibile*.

Il master prevede un percorso formativo incentrato su differenti mezzi e strumenti di comunicazione (editoria classica, fotografia, nuovi media), e si avvarrà sia di docenti universitari che di professionisti con l'obiettivo prioritario di dare un taglio scientifico, e allo stesso tempo professionalizzante, per quanto riguarda in particolare le competenze e le strategie necessarie alla comunicazione, anche multimediale, del turismo.

Perché l'Università di Milano-Bicocca intende promuovere un percorso formativo di questo genere? Per due motivi principali. Il primo è che questo master integra perfettamente un percorso formativo già attivo nel nostro Ateneo. Infatti, presso la Facoltà di Sociologia sono da tempo consolidati un Corso di Laurea Triennale e un Corso di Laurea Magistrale in Scienze del Turismo che, nel corso degli anni, hanno visto crescere il numero degli iscritti e dei laureati. Questi dati non solo confermano il buon livello del percorso proposto, la domanda e le potenzialità di questo settore, ma anche la rapidità con cui il medesimo sta evolvendo, cui deve pertanto fare seguito l'offerta di competenze nuove e qualificate.

Il secondo motivo, ci è stato confermato dal successo della prima edizione. Se consideriamo l'offerta presente in Italia, infatti, si può notare che i Master in Scienze del Turismo già esistenti sono nella maggior parte dei casi dedicati alla gestione manageriale del settore. L'università di Milano-Bicocca ha inteso ovviare a questa evidente carenza della formazione di specialisti nella promozione e comunicazione del turismo, dedicando una particolare attenzione al turismo sostenibile ritenendo il master stesso una proposta formativa fondamentale per lo sviluppo del settore.

Il Turismo – specialmente in un paese come l'Italia – costituisce infatti un ambito strategico per lo sviluppo e l'innovazione di diversi settori produttivi. Questa circostanza ha fatto assumere negli anni al turismo un ruolo cruciale per l'attuazione di politiche di sviluppo a scala locale e nazionale.

Inoltre, l'implementazione delle strategie orientate al turismo sostenibile è stata individuata anche come un obiettivo fondamentale del piano d'azione contenuto nella Comunicazione della Commissione europea dal titolo *Un nuovo quadro politico per il turismo europeo* (2010).

Si può, dunque, ritenere che la domanda di turismo sostenibile crescerà nell'immediato futuro, in linea con quanto avvenuto nel segmento del 'turismo natura', per il quale il recente *Rapporto Ecotur* ha documentato un aumento dei flussi turistici di oltre il 60% nel biennio 2008-09. Oltre al fatto che quella di un turismo più responsabile e sostenibile è certamente una direzione che tanto il pubblico quanto il privato hanno interesse a

sostenere perchè le risorse culturali e naturali di cui l'Italia (e non solo) dispongono possano generare nuove opportunità senza comprometterne le possibilità d'uso future.

Per queste ragioni, e valutando il crescente impegno che le imprese e le istituzioni nel contesto nazionale e internazionale dimostrano sui temi del turismo sostenibile e, più in generale, della responsabilità sociale d'impresa, della sostenibilità e dell'innovazione sociale, riteniamo che tali soggetti siano gli interlocutori più adeguati anche per il presente progetto formativo. Pertanto, auspichiamo che possano concretizzarsi nuove partnership tra Università, imprese e soggetti pubblici che sono attivi in particolare nei seguenti settori:

- Comunicazione, promozione e accoglienza turistica
- Mobilità e trasporti
- Agroalimentare e ristorazione
- Edilizia ed energia
- Innovazione tecnologica
- Sport e tempo libero

Inoltre la connessione tra il turismo sostenibile e i settori citati è, già ora, una delle linee d'azione fondamentali di Expo2015, nonché una priorità degli stakeholder locali e nazionali e dei suoi *main partner*.

Infatti, Milano, in previsione di Expo2015, oltre a ospitare gli annuali eventi di rilievo internazionale come la Borsa Internazionale del Turismo, la Fiera Fa' la Cosa Giusta, TuttoFood, la Milano World Food Exhibition e la Fiera Internazionale dell'Edilizia e dell'Architettura, rappresenterà un luogo centrale a livello nazionale e internazionale per gli investitori in questi settori e per gli operatori turistici.

In questo quadro le aziende e gli operatori dei settori menzionati rivestono un ruolo centrale non solo nelle procedure di certificazione per il settore turistico e nei processi di adeguamento alle normative regionali, nazionali ed europee, ma anche in quanto soggetti portatori di innovazione. Questo perché il turismo ha assunto sempre più la forma di una filiera nella quale i settori della mobilità, dell'edilizia e della ristorazione rappresentano anelli cardine non solo nella progettazione e realizzazione della dotazione ricettiva di una regione o nella creazione di un'offerta ecosostenibile, ma soprattutto nella sua comunicazione, gestione e collocazione sul mercato.

Obiettivi formativi del master

Il master si rivolge a tutti coloro già in possesso di una laurea, almeno triennale (in particolare in Geografia, Sociologia, Scienze del Turismo, Economia, Scienze Ambientali e Scienze della Comunicazione) e che siano interessati allo sviluppo di competenze specifiche nell'area della comunicazione applicata alle politiche per la sostenibilità e al turismo.

La sostenibilità rappresenta oggi uno dei paradigmi di riferimento per chi opera nell'ambito della progettazione e definizione di offerte turistiche: il turismo sostenibile e l'ecoturismo, negli ultimi decenni, hanno conosciuto una crescita significativa all'interno delle quote di mercato, e una sempre maggiore inclusione nelle politiche territoriali e ambientali, e in molte regioni turistiche, nazionali e internazionali, sono attivi soggetti pubblici e privati che promuovono la sostenibilità e la responsabilità sociale d'impresa come elementi centrali della propria proposta turistica. Dunque, saper dialogare con questi soggetti proponendosi come esperti di comunicazione e sostenibilità rappresenta, e rappresenterà sempre di più in futuro, una competenza molto ricercata e apprezzata.

Per questo motivo riteniamo che la conoscenza dei principi della sostenibilità e dell'ecologia, unita alla dimestichezza con le tecniche e le strategie comunicative (editoriali, audiovisuali e multimediali), rappresenti una competenza con un forte *appeal* sul mercato dei settori di riferimento.

I principali sbocchi occupazionali riguarderanno l'editoria e la produzione multimediale per la promozione turistica e, più in generale, per tutte quelle attività che hanno come obiettivo quello di promuovere e incentivare una logica salvaguardia dei territori, gli enti pubblici e privati che definiscono le politiche turistiche e di valorizzazione del territorio, gli operatori locali che si occupano di progettazione di itinerari, infrastrutture e di strategie di comunicazione turistica.

Il master fornisce elementi e basi teoriche sul turismo sostenibile e le politiche ambientali, nonché sulle strategie e le tecniche di comunicazione multimediale più adeguate per la sua promozione e divulgazione. È caratterizzato da sei gruppi di insegnamenti principali, comuni a tutti i partecipanti al master, e tre successivi percorsi di approfondimento su competenze specialistiche relative ai differenti settori della comunicazione che saranno sviluppati in tre specifici laboratori, che gli studenti potranno scegliere a loro discrezione:

- 1) Percorso Editoria turistica e promozione del territorio;
- 2) Percorso Fotografia, valorizzare il territorio attraverso le immagini;
- 3) Percorso TV e Web, verso una comunicazione turistica integrata.

Tuttavia, ciascun percorso laboratoriale, pur presentando modalità e tecniche di lavoro diverse, sarà finalizzato alla realizzazione di un progetto comune in un'ottica di collaborazione a 360° e di integrazione dei linguaggi che verrà presentato in forma di comunicazione multimediale.

Obiettivi formativi degli insegnamenti:

- **GEOGRAFIA, ECOLOGIA E POLITICHE DELL'AMBIENTE**

Obiettivi: Fornire gli elementi per comprendere gli impatti ambientali e culturali generati dal turismo. Conoscere la legislazione e le politiche sulla tutela del patrimonio ambientale e culturale.

- **SOCIOLOGIA DELL'AMBIENTE E DEL TERRITORIO: RICERCA E PRINCIPI DI COMUNICAZIONE**

Obiettivi: Fornire gli strumenti teorici e metodologici (tecniche, indicatori, indici...) per raccogliere, analizzare e restituire dati sul territorio e la sostenibilità.

- **EDITORIA E PROMOZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO**

Obiettivi: Fornire gli elementi di editoria turistica e di promozione dell'offerta turistica.

- **FOTOGRAFIA E PROMOZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO**

Obiettivi: Fornire le basi per la comprensione e l'uso del linguaggio iconografico. Fornire le basi di produzione e post-produzione fotografica, gestione di archivi e banche dati di immagini come risorse per la valorizzazione e promozione del territorio e per la conservazione della memoria dei luoghi.

- **AUDIOVISIVI E PROMOZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO**

Obiettivi: Fornire le basi di ideazione, produzione e post-produzione di documentari, spot pubblicitari e altri format audiovisivi per la TV, il cinema e il Web.

- **MULTIMEDIA E PROMOZIONE TURISTICA DEL TERRITORIO**

Obiettivi: Fornire le basi per l'ideazione di piattaforme web e cross-mediali e strumenti per l'utilizzo di social network finalizzati alla promozione turistica. Fornire le basi di web design e gestione contenuti di piattaforme web e cross-mediali, per rappresentare e comunicare in modo integrato il turismo sostenibile e responsabile.

- **LABORATORI DIDATTICI**

I tre laboratori in Editoria turistica e promozione del territorio; Fotografia; TV e Web sono i tre momenti formativi conclusivi dell'attività didattica frontale pensati in modo tale da sviluppare - dalla loro integrazione - un comune progetto di ricerca e comunicazione che adotti linguaggi diversi ma non esclusivi.

Obiettivi: approfondire le competenze tecniche e metodologiche privilegiando l'attività collaborativa.

Collaborazioni e stages

Il Comitato Coordinatore ritiene che la collaborazione tra l'Università degli Studi di Milano-Bicocca, le imprese e gli enti locali potrà rappresentare un elemento qualificante sia per il progetto formativo, sia per l'inserimento nel mercato del lavoro di professionalità che potranno essere immediatamente impiegate nei settori di riferimento individuati.

Il master, a conclusione del percorso in aula, prevede una fase di stage di 450 ore, da attivare obbligatoriamente a partire dall'estate 2014 (eventualmente anche prima se vi è una reciproca disponibilità tra studente e azienda). Lo stage permetterà ai partner di avvalersi delle conoscenze e competenze maturate dagli studenti nel corso del master e, contemporaneamente a questi ultimi di sperimentare e mettere in pratica quanto appreso a livello teorico in un contesto professionale.

Ad oggi oltre venti soggetti pubblici e privati hanno espresso il loro interesse e dato la loro disponibilità a seguire il percorso formativo degli studenti, ospitandoli presso le loro sedi per il periodo di stage, e si prevede la possibilità di incrementare il numero dei partner nel corso del master, anche su segnalazione dello studente stesso.

Riteniamo che attivare una partnership con il master Comunicare il Turismo Sostenibile possa rappresentare per quei soggetti attivi nei settori di riferimento:

- una possibilità di entrare in una rete di collaborazione tra l'università, il mondo della comunicazione e promozione turistica e le imprese di settore;
- un'opportunità di progettare e mettere in atto futuri percorsi di ricerca, ideazione di azioni, strategie e prodotti innovativi nel settore della promozione turistica;
- un investimento nella formazione di personale che, sia nel periodo di stage, sia in seguito, potrà costituire un capitale umano qualificato e immediatamente inseribile nel proprio staff;
- un volano per futuri progetti di ricerca e sviluppo orientati alla sostenibilità nel settore turistico e del tempo libero, nella mobilità, nell'edilizia, nell'energia e nelle produzioni agro-alimentari.

Per informazioni:

Cristiano Mutti, Coordinamento Master,

tel. 0264487516 /3484110567

cristiano.mutti@unimib.it

Skype: cristiano.mutti

<http://turismosostenibile.weebly.com/>

<http://www.facebook.com/comunicareilturismosostenibile>

<https://twitter.com/ComunicaTurismo>



Il Direttore del Master

Prof. Marco Grasso

marco.grasso@unimib.it