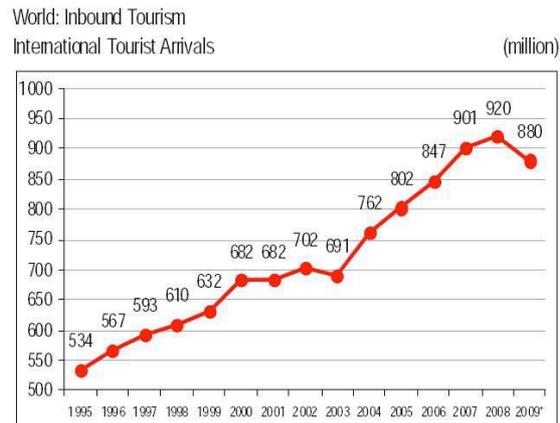




**“IL TURISMO CHE
CAMBIA
e la formazione
universitaria e post
lauream”**



IL TURISMO È L'INDUSTRIA PIÙ GRANDE DEL MONDO ma nel 2009 ...



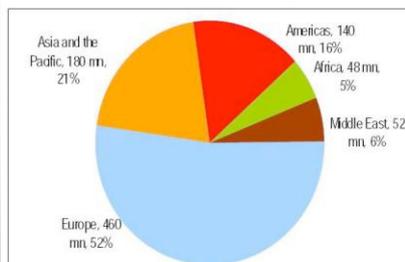
Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Gli arrivi internazionali 2009

• Mondo	880 milioni	100,0 %
• Europa	459,7 milioni	52,2 %
Nord-Europa	52,6 milioni	6,0 %
Europa occidentale	145,8 milioni	16,6 %
Europa centro-orientale	91,6 milioni	10,4 %
Europa del Sud/Mediterraneo	169,6 milioni	19,3 %
• Asia e Pacifico	180,5 milioni	20,5 %
• Americhe	139,6 milioni	15,9 %
• Africa	48,0 milioni	5,5 %
• Medio-Oriente	52,5 milioni	6,0 %

Fonte: UNWTO 2010

World Inbound Tourism: International Tourist Arrivals, 2009*



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

International Tourism 2009 – full year forecast

	2009	Forecast 2010
World	-4%	3% to 4%
Europe	-6%	1% to 3%
Asia and the Pacific	-2%	5% to 7%
Americas	-5%	2% to 4%
Africa	+5%	4% to 7%
Middle East	-6%	5% to 9%

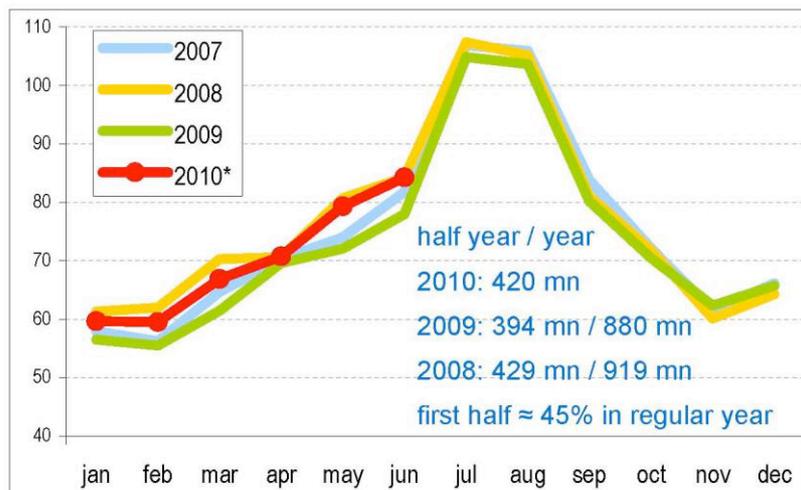
World Tourism Organization (UNWTO)



International Tourist Arrivals, monthly evolution

World

(million)

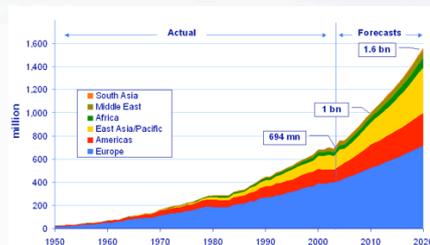


Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©



Organizzazione Mondiale del Turismo

Nonostante la crisi si prevede che nel 2020 si supereranno il miliardo e seicentomila arrivi internazionali



Il turismo in Italia

- Contributo al **PIL** nazionale nel 2009 **9,6%** pari a **152 miliardi** di Euro
- Previsioni per il 2019 **10,2%** pari a 222,9 miliardi di Euro
- Occupati compreso l'indotto, **2.491.000** unità pari al **10,8%**
- Previsione per il 2018, **2.612.000** unità pari all'**11,6%**



Le Tendenze in Italia

La lettura macro del **turismo italiano** segnala un quadro complessivo contrassegnato da:

- sostanziale **tenuta dei flussi turistici dall'estero**
(cresce la spesa, cresce il numero di visitatori, si riduce la permanenza media);
- articolato e crescente fenomeno degli **short break** (1-2 notti);
- **ricomposizione delle motivazioni** e delle scelte di viaggi che ridimensiona i prodotti mass-market (mare, città d'arte, etc.) e **valorizza i tanti tematismi** che compongono il quadro d'offerta

Le Tendenze in Italia

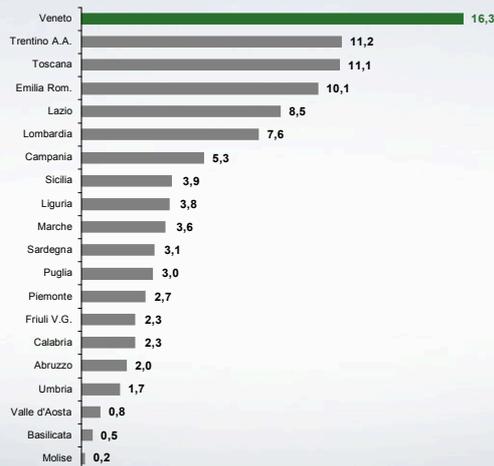
❖ La crescente quota di tempo e di reddito impegnata nei consumi del tempo libero e del leisure dalla società italiana identifica inoltre un nuovo paradigma concettuale:

il turismo è un bene poco fungibile;

La fungibilità è semmai data dalle diverse scelte che la domanda esprime: **più viaggi** o **meno soggiorni**, **più "altri turismi"** e **meno mare**, questa destinazione ora e quella domani, etc., ma

il bisogno di scoprire, esplorare, viaggiare resta incompressibile (fonte Censis).

Il turismo in Italia



Il Veneto

*Regione leader
a livello nazionale
e tra le prime in Europa*

13.945.172 arrivi
60.444.274 pernottamenti
nel 2009

-1,31% negli arrivi e - 0,27% nelle presenze ma
con extralberghiero in aumento del
+ 2,81% di arrivi e + 2,13% delle presenze

Nuovi scenari del turismo

- Voli low-cost
- Internet
- Nuovi modelli di fruizione della vacanza e del tempo libero
- Crisi economica
- Maggiore competizione



LE DESTINAZIONI in ambito turistico

Entità concorrenziali



Spazi geografici,

in cui l'ospite trova tutte quelle prestazioni che ritiene necessarie al suo soggiorno.

Questi spazi geografici cambiano a seconda del segmento degli ospiti:

Più è lontano il luogo di residenza dell'ospite e più è ampia la destinazione;

più specifico è l'interesse dell'ospite potenziale e più ristretta è la destinazione.

Ciò comporta una sovrapposizione delle destinazioni e del marketing delle diverse destinazioni.

Nuovo scenario competitivo

NUOVE DESTINAZIONI più lontane

spesso a **COSTI INFERIORI**

e a **PREZZI PIU' COMPETITIVI**

A livello quantitativo l' **OFFERTA**  è cresciuta enormemente

L'allargarsi della **DOMANDA**

modifica il comportamento di viaggio

(valenza spaziale del viaggio, durata del soggiorno, requisiti diversi in base alla cultura, ecc.)

Non esiste "il" Prodotto Turistico ma
"i" **PRODOTTI TURISTICI**

Condizioni generali

- In Europa l'industria turistica ha avuto una **crescita fondata sulla proprietà individuale**: le strutture e le destinazioni storicamente radicate si sono evolute lentamente e si esprimono in una miriade di Piccole Medie Imprese/imprenditori
- L'esperienza in materia di politica dell'ordinamento dimostra come **gli sviluppi che nascono a livello decentrato** abbiano maggiori possibilità di riuscire rispetto ai programmi imposti a livello centrale
- **Le rilevanti trasformazioni subite dalla domanda turistica** – il progressivo differenziarsi delle esigenze dei turisti, che mutano sempre più rapidamente – **impongono agli operatori un costante adeguamento**
- Fino a quando i bisogni sono stati semplici e statici la problematica non risultava tanto urgente, **oggi sono necessarie nuove competenze**



Nuove condizioni generali (1)

- **Competenze fondamentali** sono...

... Il complesso integrato e coordinato (attraverso processi di apprendimento) di tecnologie, know-how, processi, esperienze ed attuazioni che

- sono riconoscibili e di valore per i clienti
- sono migliori rispetto alla concorrenza
- permettono l'accesso a più mercati possibili
(vedi Hinterhuber, 1996: 11)



**IL TURISMO CHE CAMBIA
HA BISOGNO DI NUOVE COMPETENZE:**



NUOVA LINFA

**NELLA FORMAZIONE INTERDISCIPLINARE
DI TIPO UMANISTICO**

**IL VALORE DELL'OFFERTA PGT E MASTER
TARGATA UNIPD**

Le Scienze del Turismo a Padova L'OFFERTA FORMATIVA



Laurea triennale in
**Progettazione e gestione
del turismo culturale**

Master di I livello in
**Governance delle risorse
turistiche territoriali**

Università degli Studi di Padova Facoltà di Lettere e Filosofia

Progettazione e gestione del turismo culturale

P
G
T



P
G
T

Corso di Laurea in Progettazione e Gestione del Turismo Culturale



Corso di Laurea in Progettazione e Gestione del Turismo Culturale

Requisiti di ingresso:

- diploma di Scuola Secondaria Superiore
- conoscenze basilari di tipo linguistico-letterario, storico e geografico
- abilità verbali e comprensione di testi

TEST obbligatorio d'ingresso

Obiettivi formativi:

- formare "persone addestrate a pensare"
- recuperare e valorizzare i contenuti tradizionali e qualificanti della formazione umanistica in una prospettiva di maggiore professionalizzazione
- arricchire le conoscenze di base dei futuri operatori nell'industria dei servizi turistici per renderli promotori di crescita culturale e sociale
- fornire un metodo di lavoro e capacità di ragionare attraverso strumenti diversificati, per analizzare il mercato turistico e proporre nuove formule che sappiano valorizzare le peculiari risorse territoriali in prospettiva locale, nazionale, internazionale

Sbocchi professionali:

- *sbocchi tradizionali:* agenzie di viaggi ed enti per il turismo
- *sbocchi meno tradizionali:* enti locali, siti archeologici, musei, città d'arte, scuole, istituti bancari ecc.

Gli sbocchi dovrebbero essere ovunque vi siano potenziali utenti per insegnare alle persone ad allargare non solo i propri confini geografici, ma soprattutto culturali

Progetto didattico

PROGETTAZIONE E GESTIONE DEL TURISMO CULTURALE

FORMARE PERSONALE SPECIALIZZATO

nell'ambito del turismo culturale, **attraverso lezioni, attività seminariali e di laboratorio, esperienze di visite e di viaggi**

con sguardo particolarmente attento al settore umanistico e culturale

Dipartimento di Archeologia
Università degli Studi di Padova

Progetto formativo

PROGETTAZIONE E GESTIONE DEL TURISMO CULTURALE

AMBITI DISCIPLINARI DI BASE con discipline statistiche e giuridiche, sociali e territoriali, linguistiche;

AMBITI DISCIPLINARI CARATTERIZZANTI con discipline sociologiche, antropologiche, economiche e aziendali, storico-artistiche e organizzazione dei servizi turistici; discipline integrative legate al territorio;

ATTIVITÀ PRATICHE UTILI ALL'INSERIMENTO NEL MONDO DEL LAVORO;

INSEGNAMENTI A LIBERA SCELTA E PROVA FINALE

Dipartimento di Archeologia
Università degli Studi di Padova

I anno

- **Diritto dei beni culturali e del paesaggio e diritto del turismo 9 CFU**
- **Geografia 9 CFU**
- **Archeologia greca e romana 9 CFU**
- **Storia medievale 6 CFU**
- **Storia dell'arte medievale 6 CFU**
- **Letteratura italiana (o Letteratura italiana contemporanea) 9 CFU**
- **Laboratorio di italiano scritto 3 CFU**
- **1 esame a libera scelta dello studente 9 CFU**

II anno

- **Statistica per il turismo 9 CFU**
- **Un esame di lingua a scelta tra: inglese, francese, tedesco, spagnolo 9 CFU**
- **Metodologie informatiche per l'organizzazione dei servizi turistici 9 CFU**
- **Psicologia cognitiva 9 CFU**
- **Economia e marketing del turismo 9 CFU**
- **Storia moderna 6 CFU**
- **Storia dell'arte moderna 6 CFU**
- **Seminari e laboratori 3 CFU**
- **Test di lingua inglese 3 CFU**

III anno

- **Sociologia 9 CFU**
- **Economia applicata al turismo 9 CFU**
- **Museologia 6 CFU**
- **1 esame a scelta tra alcune discipline storiche, storico-artistiche, cinema, spettacolo e musica 6 CFU**
- **1 esame a scelta tra alcune discipline archeologiche, geografiche, demoetnoantropologiche 9 CFU**
- **1 esame a libera scelta dello studente 6 CFU**
- **Stage e laboratori 6 CFU**
- **Elaborato finale 6 CFU**

Laboratori, seminari, viaggi e visite di studio, stages

Stages Musei civici e statali
Enti pubblici
Associazioni culturali
APT e Consorzi per il turismo
Agenzie di viaggio e tour operator

Visite di studio e viaggi
Visita dei siti archeologici e dei musei del Veneto
Itinerari archeologici e storico-artistici
Viaggi di studio in Italia e all'estero

Seminari
Archeologia greca e romana
Numismatica
La pittura di paesaggio dal mondo classico al Novecento
Giò Ponti e Carlo Anti: architettura e archeologia all'Università di Padova

Il paesaggio pensato: scritti e reportage del Novecento italiano
Bellezze naturali e letteratura

Musei e servizi culturali: dall'allestimento al merchandising museale
Museo e territorio come strumenti didattici
Musei e disabilità: itinerari didattici per un museo "tangibile"
Dalla collezione alla mostra: il percorso di un'esposizione all'Università di Padova

Il turismo in Italia e nel Veneto
Il marketing turistico
Progettazione e strategie di comunicazione nel turismo culturale
Proposte di turismo culturale nel territorio
Itinerari turistico-culturali

Master di I livello



Università degli Studi di Padova



Obiettivi

- *Sviluppare un approccio metodologico nella lettura del territorio*, a partire dalle sue vocazioni distintive socio-culturali, naturalistiche, enogastronomiche e turistiche in genere, fino alla costruzione del prodotto e al governo delle risorse,
- *Favorire l'acquisizione di metodi, strumenti e competenze multidisciplinari* da applicare nella progettazione, gestione e promozione di Sistemi Turistici Locali.

Università degli Studi di Padova



Progetto formativo

Area culturale e ambientale

- Territorio e risorse: il patrimonio archeologico
- Territorio e risorse: il patrimonio storico-artistico
- Territorio e risorse: il patrimonio linguistico-letterario
- Territorio e risorse: il patrimonio paesaggistico e ambientale
- Territorio e risorse: il patrimonio museale
- Territorio e risorse: il patrimonio immateriale
- Patrimonio industriale e sviluppo locale

Università degli Studi di Padova



Progetto formativo

Area economico-aziendale e giuridica

- Diritto del turismo
- Turismo sostenibile, gestione del territorio, strumenti per l'eccellenza turistica
- Valutazione e valorizzazione dei beni e delle attività culturali
- Cultural fund raising
- Economia dell'offerta turistica
- Destination marketing e Destination management
- Lavorare per progetti: approccio generale, tecniche e strumenti

Università degli Studi di Padova



Progetto formativo

Area della comunicazione

- Sociologia e Psicologia turistica
- Psicologia ambientale e “Working group”
- Progettazione e comunicazione di eventi turistici e culturali per la promozione del territorio
- Comunicazione e innovazione tecnologica applicata al turismo
- Progettazione, management e gestione finanziaria di un progetto
- English for Tourism
- LABORATORIO di Progettazione, comunicazione e promozione turistica del patrimonio culturale e ambientale

Università degli Studi di Padova



Progetto formativo

Durata annuale = 60 CFU

- Didattica frontale: 314 ore
- Laboratorio: 40 ore
- Stage o project work: 275 ore
- Elaborato finale = progetto sul territorio 150 ore

**Diploma finale di Master di I livello in
Governance delle risorse turistiche
territoriali**



Sbocchi occupazionali: **un profilo professionale nell'organizzazione turistica**

Una figura di congiunzione e di snodo tra il sistema territorio e il mondo imprenditoriale:

- figure di *consulenti e operatori* nel campo della gestione dei Sistemi Turistici Locali:
 - promozione e comunicazione di un territorio,
 - sviluppo peculiarità e punti di forza,
 - rispetto dei principi di un turismo sostenibile e durevole;
- *professionisti con competenze* legate al reperimento e alla gestione di finanziamenti previsti a livello nazionale e locale e dai Fondi di Sviluppo dell'Unione Europea per la valorizzazione dei beni culturali e delle risorse turistiche;
- *esperti* da inserire in istituzioni pubbliche e private nei settori del turismo, della formazione e dei beni culturali.

Università degli Studi di Padova



Stefan Marchioro

Grazie per l'attenzione

stefano.marchioro@unipd.it

www.turismopadova.it