

## CENTRO STUDI INTERDIPARIMENTALE UPONTOURISM

### IL PROGETTO SCIENTIFICO

#### PREMESSA: IL BINOMIO TURISMO-TERRITORIO

Il turismo viene definito come un sistema ampio basato sullo spostamento di persone, beni, servizi, capitali e idee tra i luoghi di provenienza, di transito e di destinazione dei flussi turistici (Romei, 2016). Il nesso globale-locale è, in questo senso, di fondamentale importanza per comprendere la portata e l'intensità delle reti relazionali che si creano nell'attività turistica (Spillare, 2019). "I territori sono per la loro stessa essenza sistemi aperti, che interagiscono con i sistemi più ampi di riferimento ad ogni scala: da quella locale a quella mondiale. E le relazioni che si instaurano alle diverse scale territoriali (globale-regionale-locale) delineano lo scenario di fondo, il contesto più ampio al quale fare riferimento nelle ricerche territoriali locali" (Romei, 2016, p. 7).

Le attività turistiche costituiscono un *driver* ritenuto essenziale per lo sviluppo dell'economia a livello locale, regionale e nazionale (Amoretti, Varani, 2016; Pollice, 2018) e ciò rende certamente più complesse le relazioni tra i modelli di sviluppo locale e il turismo nell'ambito della globalizzazione e della mobilità su ampia scala (de Falco, La Foresta, 2017).

Fenomeno, settore, filiera, industria, comunque lo si voglia perimetrare e qualificare il turismo si colloca in una posizione di intersezione sia per le relazioni che si instaurano sia tra i visitatori (la domanda turistica) e la popolazione locale, sia tra l'offerta turistica e le altre attività economiche, sia infine per le relazioni verso l'ambiente naturale e l'ecosistema. Non è infatti casuale che l'importanza economica del turismo si fondi proprio sulle relazioni che lo legano al contesto territoriale in cui agisce: dalle relazioni verticali con l'ecosistema (consumo di risorse naturali rinnovabili e non, produzione di rifiuti e inquinamento) a quelle orizzontali con il sistema socio-economico nel quale agisce (imprese private, istituzioni pubbliche, residenti, turisti) (Bagnoli, 2014; Cerutti, 2019).

Per la sua intrinseca natura il turismo è un fenomeno geo-economico: il viaggio, gli spostamenti, i luoghi, la ricerca di nuove culture e conoscenze, il senso e l'immagine delle destinazioni turistiche e delle loro risorse naturali e culturali. In altre parole, l'attività turistica è trasversale alle dimensioni vitali della popolazione: lo spazio, il tempo e il territorio. Nello spazio, poiché agisce in maniera transcalare con effetti che vanno dalla dimensione locale, regionale, nazionale e globale; nel tempo poiché l'esperienza turistica è intra e intergenerazionale; nel territorio poiché il turismo attiva relazioni funzionali con la maggior parte degli altri settori economici (trasporti, costruzioni, industria, agricoltura, commercio e servizi), creando una economia diretta e indiretta di tutto rilievo. Inoltre, nel turismo anche la dimensione culturale è trasversale perché facilita il contatto, la conoscenza e lo scambio (Romei, 2016).

Il turismo è dunque un settore strategico in grado di esplicitare un effetto trainante per l'economia, in virtù delle connessioni che lo legano ad altri comparti produttivi di rilievo dei sistemi nazionale e regionali: cultura, agroalimentare, moda, design, solo per richiamare alcuni ambiti rispetto ai quali il legame è più immediato (Battaglia, 2018; Garibaldi, 2020). Si tratta, inoltre, di un settore ad elevata intensità di lavoro, in grado di generare occupazione di qualità e nuove opportunità imprenditoriali, in particolar modo per i giovani. L'innalzamento dei livelli di competitività dell'offerta turistica sul mercato nazionale e su quelli internazionali, il rafforzamento e la qualificazione dell'offerta ricettiva, la valorizzazione dei sistemi di attrattori e la loro gestione sostenibile, l'adeguata regolamentazione delle dinamiche del comparto rappresentano, pertanto, obiettivi che, nonostante l'apparente carattere "settoriale", hanno una rilevante portata rispetto al complesso del sistema economico produttivo del territorio, così come anche sulla qualità della vita dei suoi abitanti (Splendiani, 2017; Corigliano, Baggio, 2018). Da tali considerazioni discende il carattere necessario e urgente di una programmazione consapevole delle politiche regionali a sostegno del settore turistico (Presenza, Formato, 2018), che parta dal territorio e operi per il territorio. Con una forte attenzione alle opportunità di finanziamento di progettualità e iniziative, sia a scala nazionale che Europea.

Il rapporto tra turismo e territorio esprime dinamiche complesse e si inserisce in un dibattito di grande attualità. Fenomeno sociale della contemporaneità, ha risentito fortemente degli effetti provocati da COVID-19. A far data dal mese di marzo 2020, e dal conseguente *lockdown* imposto, sono stati posti in evidenza da parte di numerosi studiosi, enti, operatori della filiera turistica i preoccupanti dati legati alla crisi che sta investendo in modo molto pesante e repentino il mondo del turismo a causa della pandemia. E questo a scala globale, così come a livello nazionale, regionale e locale.

Date queste premesse, si rivela di agevole comprensione come e quanto agire sulla filiera turistica significhi trovare spazi, tempi e modi innovati e innovativi mediante cui ingenerare sviluppo territoriale. Si rende, pertanto, necessario sia declinare il turismo in modo più preciso – definendone componenti e perimetrandone confini in termini di temi, tipologie e target – sia, di conseguenza, impostare efficaci strategie per progettare e governare i cambiamenti – in stretto rapporto con la dimensione europea o comunque sovralocale. L'Università e il mondo della ricerca sul turismo possono, e devono, giocare un ruolo importante in questo processo.

## **LA RICERCA SUL TURISMO: INQUADRAMENTO DI BASE E BACKGROUND**

Dalla fine dell'Ottocento, la ricerca sul turismo entra in Italia nella secolarità senza però aver ancora del tutto risolto i suoi nodi. Salvo poche eccezioni, prevalgono inizialmente interessi e questioni di natura più storica che economica (Candela, Figini, 2010), per cui lo studio si traduce nella produzione di opere che descrivono i movimenti turistici dell'antichità e le loro motivazioni. In particolare, molto spazio viene dato agli spostamenti legati alla lunga età del Grand Tour, fenomeno meglio individuabile perché ben descritto e documentato (De Seta, 2014): molte pubblicazioni, quindi, rimangono

opere letterarie, poco utili a definire i molteplici aspetti economici e quantificabili connessi al turismo.

In una fase che potrebbe essere definita come “pioneristica”, e che va collocata nei primi tre decenni del Novecento (prima fase), il *filone italiano* - tra i pochi disponibili unitamente alle iniziative tedesche, francesi e svizzere - comincia ad evolvere e viene tenuto in forte considerazione dagli studi internazionali (D’Elia, 2012). I primi studi sul turismo in Italia compaiono sotto forma di saggi su riviste, tesi a evidenziare l’importanza del fenomeno sia presso l’opinione pubblica che nei confronti del Governo. Dagli anni Venti il numero crescente di pubblicazioni è centrato, a livello nazionale, sullo stato delle strutture ricettive, sulla necessità di una politica pubblica per il settore e, in generale, sugli elementi del fenomeno turistico aventi effetto immediato e anche di tipo economico. Emerge un tentativo di inquadramento delle radici delle moderne scienze del turismo che, in questa prima fase di sperimentazione, va attribuito tanto a singoli ricercatori quanto a vere e proprie scuole, impegnate nel dare autonomia e sganciare il turismo dalla dipendenza da altre discipline. È in questa fase che in Italia si comincia a occuparsi di turismo in modo anche operativo e istituzionalizzato: nel 1919 nasce ENIT, Ente Nazionale del Turismo, che contribuirà a fondare CIT – Compagnia Italiana del Turismo, nata per promuovere l’Italia all’estero. È del 1947 anche l’apertura della prima sede di Alpi, agenzia di viaggi che prenderà poi il nome di Alpitour.

Fino agli anni Sessanta gli studi sul turismo non hanno di fatto preso in considerazione i problemi relativi alla nascita e allo sviluppo dell’industria turistica contemporanea, nonostante le sue fondamenta fossero proprio nei decenni da poco trascorsi (Rocca, 2013). Altre erano le priorità (seconda fase), quali il tardivo processo di industrializzazione del Paese. Per lungo tempo, il numero di turisti domestici era esiguo e si registravano prevalentemente afflussi stranieri. La mancanza di una letteratura di inquadramento e di approfondimento va altresì collegata al limitato sforzo di scavo e indagine sulle molteplici fonti che consentono di affrontare i temi del viaggio e del turismo: oltre a saggi e opere di natura scientifica, articoli in riviste, volantini pubblicitari, registri di alberghi, atti di congresso, piani regolatori, indagini statistiche, manuali di viaggi, reperti fotografici costituiscono un *corpus* che avrebbe consentito di sviscerare la materia.

Mentre in Italia la ricerca sul turismo fatica a decollare e a trovare una collocazione autonoma e autorevole, l’avvento del turismo di massa e il boom economico degli anni Sessanta spingono altrove il dibattito scientifico a concentrarsi sugli effetti del turismo, gettando le basi di quella che è divenuta la teoria dello “sviluppo turistico sostenibile” (Bizzarri, Querini, 2006; De Carlo, De Caso, 2007). È una sostenibilità coniugata in termini ambientali quella su cui si focalizzano attenzioni e studi, che solo a far data dagli anni Ottanta assumerà declinazioni molteplici e la concezione più ampia che oggi conosciamo: sostenibilità economica, culturale, sociale, organizzativa, tecnologica, ecc. È in questo periodo (terza fase) che in Europa e nel mondo vanno consolidandosi esperienze accademiche e contributi scientifici di elevato livello qualitativo. Nascono quindi, negli anni Settanta, la metà dei corsi accademici di turismo esistenti e, negli anni Ottanta, l’altra metà. Nello stesso periodo si diffonde anche l’associazionismo internazionale tra studiosi con la costituzione di aggregazioni. Anche in Italia, alcuni studiosi si muovono nella direzione del “metodo interdisciplinare” già consolidato

all'estero, cui hanno contribuito economisti, geografi, antropologi, demografi (Darbellay, Stock, 2012; Benckendorff, Zehrer, 2013); seguono il dibattito internazionale e ne traducono i postulati creando le condizioni necessarie per calamitare sul settore la necessaria attenzione da parte di istituzioni imprese, parti sociali e mondo accademico. Nasce così la prima libera facoltà di Scienze del Turismo del paese e vengono inclusi tra i professionisti "misti" che necessitano all'industria del turismo anche gli studenti superiori di turismo (tecnici e professionali).

A questo punto, l'avvicendamento di due generazioni di studiosi: la "terza" appena citata e la "quarta", che corrisponde a quella attuale, che non si tramandano molto in termini dottrinali se non la consapevolezza della dilatazione di questo complesso fenomeno che sembra creare una sproporzione tra la sua crescita, la conoscenza di sé stesso e tutto ciò che questa crescita implica (D'Elia, 2012). Nel pieno del processo di globalizzazione del turismo la tendenza di fondo di molti studi e ricerche sembra essere quella di un approccio "olistico" al fenomeno con una visione sistemica di tutti gli elementi (materiali e immateriali) che ne fanno parte (Alejziak, Winiarski, 2005), da cui il concetto di spazio turistico globale (Savelli, 2008; Ballantyne, Packer, Axelsen, 2009). La maggiore attenzione pare dunque riservata alle tematiche ricorrenti anche nel dibattito socio-economico generale (sostenibilità, salvaguardia delle risorse, misurazione degli impatti socio-antropologici, qualità dei servizi e dei prodotti, valorizzazione delle risorse umane, ben-essere e qualità della vita, pianificazione e gestione delle destinazioni turistiche, ecc.). In questa direzione si muovono le diverse esperienze accademiche nel frattempo consolidate in Italia (Lemmi, 2013).

La ricerca della qualità e della creatività vede ancora una volta il dibattito in corso incentrato sugli "effetti collaterali" del turismo che generano diverse problematiche e ancora irrisolte, alcune delle quali particolarmente gravose come ad esempio quelle relative ai fenomeni di congestionamento, di speculazione e deturpamento che danno luogo a una non poco trascurabile "questione morale" nei confronti delle future generazioni, tema quanto mai attuale anche alla luce dei recenti accadimenti. Con l'affermarsi del turismo globale sono anche sorte nuove questioni come la relazione tra la dimensione globale e quella locale, una nuova versione del più noto rapporto *host-guest* la cui aumentata consistenza di diversi elementi (economici e non) ha fatto lievitare anche le tensioni e le difficoltà derivanti da questa complessa interazione (Bimonte, Punzo, 2016; Lin, Fu, 2020). Vi sono, infatti, nuovi orientamenti di studio che compiono indagini anche in questa direzione impegnando numerose scuole di pensiero soprattutto del mondo anglosassone, fortemente orientate verso i cosiddetti *cultural studies* in cui il turismo riveste un ruolo di primo piano (Richards, 2018). Il ruolo delle comunità locali appare sempre più come elemento prioritario (Duarte Alonso, Nyanjom, 2017).

Tuttavia le questioni che rimangono sul tappeto sono ancora numerose e concernono ambiti fondamentali della materia come quello della misurazione delle sue attività o quello delle scienze sociali legate al turismo, dove permangono difficoltà di tipo metodologico (Holden, 2004; Benevolo, Grasso, 2017). Vanno sottolineati anche gli sforzi messi a punto nel tempo per una lettura analitica e il più possibile efficace del fenomeno e dei suoi molteplici aspetti (economici, sociali, ambientali e culturali) grazie ai tentativi di sistematizzazione della materia e alla messa a punto sia di metodi di

rilevazione che dei diversi modelli interpretativi che ne formano la struttura (Valeri, Fadlon, 2017; Galvagno, Giaccone, 2019).

I maggiori contributi in termini di ricerca scientifica sul turismo sono ancora da attribuire al mondo anglosassone, più precisamente alle università e all'interno di queste all'attività di interi dipartimentali e centri di ricerca in stretto collegamento con il settore reale, in Inghilterra, Stati Uniti, Canada, Australia e Nuova Zelanda. In questi paesi si è sviluppato negli ultimi decenni un'ampia discussione sui metodi, sugli approcci e sulle tecniche per la lettura, l'analisi e l'interpretazione dei vari aspetti del fenomeno e a quelli ad esso collegati attraverso altrettanti ambiti disciplinari (Veal, 2017).

Restano aperte alcune questioni relative ai futuri temi dell'industria turistica, anche in relazione alla crisi inaspettata che stiamo attraversando, della mobilità nel tempo libero, della tecnologia, dell'innovazione digitale, della gestione dati. In particolare in Italia, numerosi progetti universitari e di studio spingono verso la ricerca applicata, dando rilievo agli ambiti che concernono l'accoglienza e l'incoming, gli eventi e la cultura, lo sviluppo regionale e locale, adottando approcci integrati e di management in grado di rendere l'università sempre più un attore strategico per: comprendere le dinamiche dei territori e delle imprese, guidare o partecipare a progetti cofinanziati, delineare politiche e azioni di programmazione e promozione turistica dei territori.

## **LO SCENARIO DI RIFERIMENTO E LE MOTIVAZIONI**

La comunità scientifica degli studiosi di turismo risulta composta da diversi ambiti disciplinari, all'interno dei quali si sono formate correnti che si identificano per l'appartenenza a determinate scuole, o più semplicemente per la condivisione di principi, metodi di ricerca e filoni tematici di indagine da queste elaborate. Il "patrimonio" di questa comunità è formato dall'insieme delle esperienze accademiche che trovano espressione nelle numerose riviste scientifiche dedicate ai principali ambiti collegati con il fenomeno del turismo, nelle conclusioni dei lavori e delle conferenze, nelle istituzioni accademiche, nei centri di studio e di coordinamento della ricerca delle organizzazioni internazionali e nelle ricerche effettuate da organismi e da associazioni di studiosi della materia. Tale patrimonio si condensa in un "sapere turistico" che si pone quale collegamento tra ricerca e didattica, ovvero si traduce in offerte formative sempre più in grado di apprendere dalla realtà e di dare un contributo fattivo ad essa in termini di politiche, strategie e azioni mirati a enti, operatori, comunità.

Sotto il profilo formativo e didattico, gli ambiti disciplinari che compongono l'offerta formativa dei corsi erogati dagli atenei italiani sono principalmente i seguenti: discipline economiche e gestionali; discipline giuridiche; discipline del territorio; discipline statistiche; discipline dell'organizzazione dei servizi turistici; lingue straniere; discipline storiche, delle arti e dello spettacolo; discipline artistiche e architettoniche; discipline sociologiche, interculturali e psicologiche. Vi è, ovviamente, una forte correlazione tra ambiti di ricerca e ambiti disciplinari didattici e applicativi; vanno in questo senso segnalati alcuni ulteriori settori scientifici che si sono aperti fertilmente allo studio del turismo, come per esempio quelli correlati alla sfera medico-sanitaria, al benessere, alla gestione e amministrazione.

In questo scenario, si inseriscono le attività di ricerca, didattica e terza missione dell'Università del Piemonte Orientale (UPO). UPO propone nella propria offerta formativa due corsi di laurea incentrati sul turismo: corso di laurea triennale in Promozione e Gestione del Turismo, attivo a Novara presso il Dipartimento di Studi per l'Economia e l'Impresa (DISEI), e il corso di laurea magistrale in Lingue, Culture e Turismo, attivo a Vercelli presso il Dipartimento di Studi Umanistici (DISUM). Il corso triennale si avvale della presenza di un Comitato di Indirizzo, che riunisce parti sociali esterne in un processo di consultazione che consente di mantenere i rapporti fra sistema universitario e mondo socio-economico, al fine di garantire un livello elevato dell'offerta formativa. Attivo altresì ad Alessandria il Master in Economia, Innovazione, Comunicazione e Accoglienza per l'impresa turistica - attivo presso il Dipartimento di Giurisprudenza e Scienze Politiche, Economiche e Sociali (DIGSPES). Dal 2011, inoltre, propone l'esperienza della Scuola Estiva in *Project Management delle Risorse Enogastronomiche e Culturali*. Numerosi gli studiosi UPO che si occupano del fenomeno turistico da differenti prospettive e secondo i riferimenti di molte discipline (economia, geografia, diritto, salute, antropologia, cultura, biologia, ecc.) e di differenti orientamenti progettuali (dal livello regionale a quello europeo ed internazionale).

Capitalizzare queste importanti esperienze, significa eleggere il turismo tra gli assi strategici della *vision* di "UPO l'opencampus" in termini di ricerca, didattica e terza missione; significa, altresì, agevolare una focalizzazione su alcuni filoni di interesse e approfondimento che trovino in UPO competenze e professionalità idonee all'attivazione di processi di produzione di conoscenza, apprendimento e innovazione e che siano coerenti con la *mission* e l'identità di UPO.

Il turismo è un fenomeno, un concetto, un contenitore ampio e poliedrico. Come anticipato nelle premesse, il *fil rouge* che ne può articolare e accompagnare gli studi risiede nel ruolo delle attività turistiche come m di sviluppo territoriale. Sviluppo che si è ancora, quindi, a un turismo declinato al plurale, intendendo accogliere nei "turismi" sia elementi oggettivi (componenti dell'offerta, prodotti e servizi, filiere, risorse territoriali, spazi, tempi, ecc.) che soggettivi (risorse umane, target, enti e istituzioni, imprese e operatori, comunità locali, sistema di governance, ecc.). Si rende quindi necessario adottare una visione olistica, al fine di comprendere la funzionalità e operatività delle ricerche per inserirle in un contesto ampio e dinamico.

Tradotto in termini operativi, questo significa avere "alle spalle" un consolidato inquadramento teorico e metodologico, da cui spingere gli studiosi verso ambiti di natura specialistica e pratica: ciò sta a significare che, condivisa la logica sistemica in cui il turismo/i turismi si muovono, UPO e i suoi ricercatori dovranno individuare aree e filoni tematici specifici dove mettere a frutto le proprie competenze in un'ottica interdisciplinare e di fertile contaminazione.

Alla luce di un processo consolidato sotto il profilo della didattica, unitamente ad alcuni importanti percorsi e progetti intrapresi, riconoscimenti e traguardi sul piano scientifico nazionale ed internazionale (in termini di pubblicazioni, conferenze, network, premi, partnership, ecc.), **UPO potrebbe orientare le proprie ricerche verso alcune specifiche forme di turismo**, e dunque su prodotti e filiere specifici, **ponendo in dialogo studiosi, campi, punti di vista e condividendo obiettivi, metodi e strumenti di progettualità e sviluppo**. Tra queste forme possono rientrare:

- il turismo sostenibile e responsabile (relazione con il Centro di Studi Interdipartimentale *UPO4Sustainability*; partecipazione di docenti e studiosi a centri e organismi sovralocali, quali l'Associazione Italiana di Turismo Responsabile-AITR);
- il turismo montano e delle aree interne (enfaticando metodi e strumenti del progetto interateneo MIUR *Italian Mountain Lab*);
- il turismo culturale e quello religioso (partecipazione di dipartimenti, docenti e ricercatori UPO a numerosi progetti, gruppi di ricerca, osservatori, centri studi nazionali e internazionali fra cui, ad esempio, l'*Institute for Religious Tourism and Pilgrimage* - IRTP);
- il turismo enogastronomico (Scuola estiva in *Project Management delle Risorse Enogastronomiche e Culturali*, numerose ricerche e pubblicazioni di carattere sia scientifico che umanistico, ecc.);
- il turismo lacuale (in relazione a studi e progetti pregressi, ad esempio portati avanti con il Distretto Turistico dei Laghi e con numerosi comuni turistici lacuali piemontesi e lombardi, ma indubbiamente anche in virtù del comodato d'uso per l'acquisizione trentennale di Villa San Remigio a Verbania, sul Lago Maggiore).

Il tutto ponendo forte attenzione alle necessità di territori e imprese alle prese con una crisi, dovuta alla pandemia in corso, che ha colpito in modo inaspettato e repentino il settore del turismo.

Numerose le domande di ricerca, le questioni cui dare risposte od opportunità, le tesi da avvalorare "sul campo". Molte saranno formulate nello sviluppo del Centro e delle sue attività, poiché nasceranno dall'interrelazione di studiosi/temi/ambiti disciplinari, e sono quindi ora di difficile definizione. A titolo esemplificativo, le domande di ricerca sottese al turismo sostenibile e lento, che andranno poi correlate a specifici obiettivi e riferite a specifici contesti territoriali, si possono ricondurre a questi interrogativi: "Le strategie turistiche adottate dalla regione x o dal paese y sono orientate alla sostenibilità? Come si potrebbe misurare la sostenibilità relativa al fenomeno del turismo culturale (o di altro tipo)? Partendo dal fatto che il turismo accessibile è considerato sempre più importante non solo da un punto di vista economico, ma anche sociale e culturale, quanto è rilevante il fattore dell'accessibilità per le persone diversamente abili nella misurazione della sostenibilità del turismo culturale (o di altro tipo)? In relazione al turismo montano, alcune domande potrebbero essere rivolte a comprendere il ruolo delle comunità e delle identità locali nei processi di pianificazione strategica e di formazione delle politiche pubbliche. Per quanto riguarda il turismo religioso, alcuni interrogativi potrebbero far comprendere quale peso abbiano assunto cammini e percorsi devozionali nei processi di promozione territoriale.

Più in generale, si tratterebbe di **dar vita a un progetto multidisciplinare di ricerca, formazione e divulgazione sul turismo**, che attribuisca a UPO un **ruolo di supporto fattivo e innovativo nei confronti di decisori, imprenditori, comunità**, al fine di trarre **obiettivi condivisi** per: **analizzare le problematiche e le opportunità; profilare piani e programmi di sviluppo turistico e culturale; identificare azioni e modalità di rilancio e competitività economica**. Un progetto 'macro', dunque, declinato al proprio interno in filoni e progetti 'micro', focalizzati e specialistici.

L'ambito geografico di riferimento ambisce ad essere ampio, in quanto UPO ambisce a dare a questo progetto un respiro nazionale ed internazionale, sia per capitalizzare

esperienze pregresse che per intraprendere azioni nuove in aree (fisiche o di studio) in cui co-costruire idee, iniziative, reti.

Si percepisce, quindi, quanto un progetto di questa portata possa contribuire a sviluppare le attività di Ateneo, anche alla luce degli accadimenti recenti e della volontà di UPO di mettere in rete saperi ed eccellenze locali per trasformare la crisi in opportunità, mettendo a frutto i punti di forza dell'Ateneo. Il turismo è stato inserito tra le linee di ricerca dei 46 progetti di ricerca sul Covid, legati alle conseguenze dell'epidemia e presentati alla Regione Piemonte. In relazione al Piemonte Orientale, territorio su cui gravita l'Università, e più in generale alla Regione Piemonte, va segnalata la recente esperienza di coordinamento del tavolo Turismo-Covid 19 del Distretto Turistico dei Laghi: sono emerse ipotesi e proposte di ricerca importanti, che potrebbero rientrare in un progetto pilota di pianificazione turistica strategica e integrata, di raccordo tra enti e operatori locali ed enti sovralocali (Regione Piemonte, ENIT).

Si rivela pertanto utile orientare il progetto verso un taglio operativo, poiché ciò consentirebbe di implementare attività di "ricerca-azione" indispensabili per: leggere i contesti territoriali in termini di risorse, flussi, dinamiche; delineare strategie di sviluppo dell'offerta turistica, a livello di sistema turistico locale; supportare territori ed enti nell'elaborazione di politiche relative alla valorizzazione e gestione del territorio in relazione alle sue potenzialità turistiche; sviluppare l'offerta di servizi inerenti al turismo in vari ambiti delle industrie della cultura (eventi culturali spettacolari ed espositivi, beni culturali ed ambientali, turismo sostenibile, reti comunicative, editoria multimediale), dell'ospitalità (incoming, ricettivo alberghiero e complementare, ristorazione, accoglienza), della mobilità (tour operator, trasporti) e dell'amministrazione pubblica (infrastrutture, sviluppo locale).

Un progetto dall'architettura "multilivello", in cui condensare ricerche e progetti già strutturati e considerati affini o trasversali ai temi del turismo (per esempio riguardanti le imprese familiari - *Centro Interuniversitario di Studi sulle Imprese Familiari* o il fenomeno dell'invecchiamento - *Ageing Project* del DIMET). Un progetto, dunque, capace di rendere UPO un soggetto partecipe dei processi di cambiamento e contaminazione tra mondo accademico e mondo turistico-imprenditoriale, mediante incubazione di idee, start-up, laboratori, project-work. Non in secondo piano, a questo proposito, la presenza di Enne3, l'incubatore d'impresa universitario che ha sede in Novara e che si occupa di promuovere e sviluppare progetti d'impresa innovativi dall'attitudine tecnologica, creativa e sociale, con particolare attenzione al territorio del Piemonte Orientale. Verranno altresì condotte attività progettuali specifiche e finanziate, con particolare attenzione a progetti europei in partenariato utili ad imprese e territori.

## **OBIETTIVI E FINALITÀ**

- **Attività di ricerca**, condotta in esclusiva o in collaborazione con partner nazionali e internazionali, capitalizzando come già anticipato contatti, reti, progetti intrapresi a supporto dei processi di programmazione e pianificazione sia territoriali che



aziendali. Implementare network internazionali, significa anche rafforzare il grado di internazionalizzazione dell'Ateneo e dei suoi Dipartimenti/corsi di laurea.

- **Attività di formazione**, il progetto di pone l'obiettivo di fornire all'industria turistica, alle amministrazioni locali e ai futuri operatori turistici gli strumenti per affrontare in maniera innovativa e performante il mercato: per tale ragione, le attività formative saranno di natura sia universitaria che manageriale.
- **Attività di terza missione**, UPO potrebbe diffondere e valorizzare gli studi turistici come strumento di sviluppo culturale, economico e sociale dei territori. Potrebbe altresì contribuire a: costruire partenariati per lo sviluppo di progetti aventi ricadute socio-culturali; sviluppare iniziative di divulgazione scientifica o, più in generale, di disseminazione di risultati e output progettuali; attivare processi di interazione con la società civile, le attività produttive e imprenditoriali, il mondo associativo e il terzo settore, le comunità, mediante trasferimento tecnologico, formazione continua, ecc. Alcune attività vengono incluse nelle cosiddette
- **Attività di quarta missione e public engagement**, utili per conferire la possibilità agli interlocutori dell'UPO di usufruire delle competenze accademiche per creare insieme progetti di sviluppo; atte quindi alla co-costruzione di iniziative pubbliche e private in cui UPO divenga consulente di enti e imprese.

## RISULTATI

- Sostenibilità del centro e finanziamenti da parte di fondazioni, programmi europei, società o altri enti;
- Pubblicazione delle ricerche, anche individuando case editrici di riferimento per temi/ambiti (nazionali ed internazionali) mediante cui pubblicare articoli, saggi, monografie, curatele, collane, ecc;
- Convegni e workshop, accoglienza di studiosi da tutto il mondo e promuovendo turismo e innovazione,
- Festival ed eventi, coordinamento e promozione di eventi che parlino di un turismo "nuovo", che tenga conto delle dinamiche recenti e delle istanze di imprese e territori;
- Conto terzi, ricerche e consulenze per enti e aziende;
- Attività di promozione e collaborazione alla divulgazione scientifica degli studi turistici (pubblicazioni su siti e riviste di settore, produzione di testi, realizzazione di guide, ecc.);
- Attività didattica di alta formazione, specializzazione (master, summer school, ecc.);
- Attività finalizzata a scouting e finanziamento di progetti partecipati da parte di fondazioni, UE, ecc.

## METODOLOGIA E STRUMENTO

Per quanto riguarda la metodologia, nella ricerca sul fenomeno turistico è stato dimostrato come l'adozione di diversi metodi aumentino il grado di affidabilità e validità

di risultati e output, sia sotto il profilo della ricerca di natura più teorica che, soprattutto, di quella applicata. Con particolare riferimento anche ai risvolti operativi della ricerca e al portato dei filoni indagati, un'impalcatura interdisciplinare consente di poter contare su metodi e tecniche differenti, di natura quantitativa e qualitativa.

È in questa prospettiva che UPO si propone di sviluppare la ricerca sul/del/per il turismo, dando rilievo all'ambito prevalentemente sociale ed economico, ma intendendo includere metodi e tecniche proprie delle diverse discipline che saranno coinvolte e attivate. In queste aree, si studieranno le principali questioni metodologiche e operative connesse con la ricerca nelle scienze umane correlate al turismo e si approfondiranno le teorie e i metodi di ricerca (teorica, storica, empirica) che consentono di produrre una conoscenza rigorosa e scientificamente fondata dei paradigmi analitici e delle trame alla base di dinamiche, relazioni, reti, progettualità turistiche.

Il **progetto multidisciplinare di ricerca, formazione e divulgazione sul turismo**, e degli obiettivi presentati, si condensa in uno strumento di cui UPO intende avvalersi: la creazione di un **CENTRO STUDI SUL TURISMO**. Si tratta, nel complesso, di un "contenitore" che si manifesta con forme diversificate, livelli di partecipazione pubblico-privati differenti, attività molteplici e temi o ambiti più o meno specifici. Nel panorama nazionale, altri Atenei e Istituzioni hanno creato osservatori o centri studio sul tema del turismo, declinandoli sia in modo geografico-territoriale, che tematico-settoriale e correlandoli alle attività formative proposte in ambito universitario. In linea generale, un centro studi concorre alla definizione di obiettivi strategici in relazione ai principi dello sviluppo sostenibile applicati al turismo, alla valutazione delle risorse turistiche, alla pianificazione e gestione delle destinazioni; in modo più specifico, assume compiti di indirizzo e coordinamento per studi e ricerche mirati allo sviluppo delle attività turistiche, ai modelli di policy e di governance dei sistemi turistici, al destination management.

Per quanto riguarda UPO, il Centro Studi viene identificato in una **struttura interdipartimentale** che si faccia carico di sviluppare le attività sopra elencate, maturando una posizione di rilievo a livello regionale, nazionale e con respiro internazionale. La costituzione di un Centro Studi sul Turismo si inserisce infatti pienamente nelle strategie UPO rivolte sia a rafforzare il radicamento territoriale dell'opencampus, sia al contempo, ad aumentarne l'apertura. Trova campo fertile nelle competenze dei diversi dipartimenti cui afferiscono discipline e studiosi UPO, capaci di interpretare il fenomeno turistico in modo caleidoscopico e interrelato: dallo scambio di idee, approcci e attitudini diversi possono nascere ipotesi, processi e soluzioni interessanti e innovative.

Come precisato dall'art. 1 del Regolamento istitutivo (di seguito), il Centro Interdipartimentale assume la denominazione **UPONTOURISM: Vision, Strategy, Research for innovative and sustainable tourism**, nella sua accezione italiana **UPONTOURISM: Visione, Strategia, Ricerca per un turismo innovativo e sostenibile**. Si propone come luogo di ricerca teorica e applicata, di discussione e confronto, di formazione e consulenza in merito alle questioni attinenti al turismo. Il Centro ha come obiettivo lo sviluppo e la promozione di studi e progetti co-creati con aziende e territori, condotti mediante un approccio multidisciplinare che integri diversi metodi di ricerca e approcci di settore ritenuti essenziali per comprendere e orientare le dinamiche che

interessano il fenomeno turistico. Sede del Centro: Villa San Remigio, a Verbania (VB), hub formativo-culturale UPO in fase di realizzazione.

**Regolamento del Centro Interdipartimentale UPONTOURISM:  
Vision, Strategy, Research for innovative and sustainable tourism**

**Articolo 1**

*Oggetto*

Il presente Regolamento disciplina le finalità, l'organizzazione e il funzionamento del Centro Interdipartimentale UPONTOURISM: Vision, Strategy, Research for innovative and sustainable tourism, denominato nella sua accezione italiana UPONTOURISM: Visione, Strategia, Ricerca per un turismo innovativo e sostenibile, e abbreviato come UPONTOURISM.

Il Centro si propone come luogo di ricerca teorica e applicata, di discussione e confronto, di formazione e consulenza in merito alle questioni attinenti al turismo.

Il Centro ha come obiettivo lo sviluppo e la promozione di studi e progetti co-creati con aziende e territori, condotti mediante un approccio multidisciplinare che integri diversi metodi di ricerca e approcci di settore ritenuti essenziali per comprendere e orientare le dinamiche che interessano il fenomeno turistico.

**Articolo 2**

*Finalità e ambiti di intervento*

1. Il Centro è istituito allo scopo di svolgere attività di alta formazione, ricerca e servizi nell'ambito turistico, intendendo il turismo quale settore economico e al contempo fenomeno socio-culturale di grande varietà e complessità, con aspetti di interesse per la salute e il benessere dell'individuo.

Sotto il profilo formativo, il Centro capitalizza l'esperienza della Scuola Estiva in *Project Management delle Risorse Enogastronomiche e Culturali* - attiva presso il Dipartimento di Studi per l'Economia e l'Impresa dal 2011 - e del Master in *Economia, Innovazione, Comunicazione e Accoglienza per l'impresa turistica* - attivo presso il Dipartimento di Giurisprudenza e Scienze Politiche, Economiche e Sociali; implementa altre proposte utili al miglioramento dell'offerta formativa UPO; intende, inoltre, allestire o collaborare a iniziative per la formazione post laurea, per l'aggiornamento di coloro che operano nel settore, per la formazione specialistica di figure professionali indirizzata a operatori del settore, dirigenti pubblici, imprenditori, scuole e università.

Sotto il profilo della ricerca, il Centro sviluppa studi turistici volti ad analizzare le tendenze e l'evoluzione del comparto turistico, basati sull'utilizzo sinergico di metodologie quantitative e qualitative, al fine di supportare aziende e territori nella scelta di azioni che promuovano uno sviluppo consapevole, proficuo e salutare.

Sotto il profilo dei servizi, il Centro mette in campo una rete integrata e multidisciplinare di professionalità e competenze per fornire agli operatori pubblici e privati prospettive funzionali e condivise di azione in termini di domanda e mercato, di destinazioni e competitività, di progettazione territoriale ed Europea, di sviluppo locale e sostenibile.

2. Il Centro assume come elemento qualificante delle proprie attività il concorso e la collaborazione delle diverse discipline rappresentate al suo interno, valorizzando con un approccio sistemico e integrato il capitale umano e tecnologico dei soggetti afferenti. Oltre a personale UPO, la compagine del Centro si arricchisce con partner nazionali e internazionali, del mondo accademico e non, al fine di importare e soddisfare visioni, strategie, necessità di operatori e aziende. Questa fitta sinergia consente di: rafforzare le eccellenze nella ricerca e stimolare la creazione di network scientifici nazionali e internazionali; creare partenariati per la partecipazione a bandi competitivi e non di scala regionale, nazionale ed europea; arricchire l'offerta formativa dei corsi di laurea UPO in turismo; attivare e/o potenziare percorsi di alta formazione (corsi di laurea, dottorati di ricerca, master; *summer school*); partecipare alla progettazione e realizzazione di corsi di formazione professionalizzante (ITS, IFTS) e attività formative, didattiche e seminari coinvolgendo anche enti, associazioni e ordini professionali al fine di coniugare formazione accademica con esperienze di taglio operativo tracciando nuovi percorsi culturali e profili

professionali mirati ai nuovi scenari turistici. La cooperazione e il dialogo tra i ricercatori delle differenti discipline ed esperti del contesto scientifico, istituzionale, professionale e industriale porteranno ad una maggiore integrazione, efficacia e visibilità delle attività scientifiche e favoriranno il coinvolgimento e il trasferimento delle stesse sul mondo imprenditoriale attraverso consulenze e co-creazione di progetti, sulla collettività attraverso azioni di divulgazione e sensibilizzazione.

3. Si considerano ambiti di intervento prioritari per il Centro:
- la conoscenza e l'analisi dei fenomeni turistici favorendo la multidisciplinarietà degli approcci;
  - le strategie per lo sviluppo del turismo inteso come composizione di interessi e settori diversi;
  - lo scambio di esperienze tra Università, centri di ricerca pubblici e privati, nonché operatori del comparto turistico per favorire la loro reciproca collaborazione;
  - l'analisi e l'orientamento delle politiche per il turismo degli enti di governo dell'economia e del territorio;
  - la promozione e il sostegno dei soggetti del comparto turistico interessati al collegamento e alla collaborazione con entità analoghe di altri Paesi;
  - la diffusione di informazioni di interesse degli operatori tramite pubblicazioni, convegni e attività formative;
  - la cultura dell'imprenditorialità in ambito turistico e la realizzazione di progetti di innovazione;
  - il supporto ad attività progettuale europea o territoriale;
  - la diffusione ed erogazione di iniziative di ricerca, di formazione e di sviluppo del turismo per varie tipologie di destinatari, anche tramite canali tecnologici e telematici;
  - l'integrazione interdisciplinare tra turismo e altri settori (produzioni culturali, artigianali, industriali; aspetti urbanistico-territoriali, e sociologici; gestioni di flussi e tecnologie; comunicazione, educazione e formazione, aspetti relativi a salute e benessere dell'individuo).

### **Articolo 3**

#### *Composizione*

1. Partecipano al Centro i Dipartimenti dell'Ateneo che ne manifestino l'interesse, previa deliberazione dei rispettivi Consigli di Dipartimento. Possono aderire al Centro enti e centri esterni e studiosi ed esperti delle tematiche di interesse del Centro secondo le modalità previste dall'art. 11.

### **Articolo 4**

#### *Risorse*

1. L'attività del Centro è finanziata:
  - a. da contributi di enti pubblici e privati e, in particolare, dal finanziamento di specifici progetti di formazione e ricerca;
  - b. dai proventi dei servizi resi, comprese le quote d'iscrizione ai corsi erogati;
  - c. da donazioni o contribuzioni liberali specificamente destinate al Centro.
2. Le modalità di gestione amministrativa del Centro sono disciplinate dal regolamento di Ateneo per l'amministrazione, la finanza e la contabilità. Il Centro presenta budget e rendiconto annuo approvato dal Consiglio Direttivo.

### **Articolo 5**

#### *Sede*

Il Centro ha sede amministrativa presso il Dipartimento di Studi per l'Economia e l'Impresa. Ha sede operativa e di rappresentanza presso Villa San Remigio in Verbania (VB).

### **Articolo 6**

#### *Organi*

Sono organi del Centro:

- a. il Comitato Tecnico Scientifico;
- b. il Direttore;
- c. il Consiglio Direttivo;

**Articolo 7***Comitato Tecnico Scientifico*

1. Il Comitato Tecnico Scientifico (CTS) del Centro è organo di indirizzo del Centro e garantisce l'elevata qualificazione delle attività dello stesso.
2. Il CTS è così composto:
  - a. dal Direttore del Centro;
  - b. da n. 1 rappresentante designato da ciascun Dipartimento aderente al Centro;
  - c. da un rappresentante di ogni ente e/o centro esterno aderente al Centro ai sensi dell'art. 11. Il numero dei rappresentanti degli enti e/o dei centri esterni aderenti non può comunque essere superiore al numero dei membri designati dai Dipartimenti dell'Ateneo.
3. I componenti designati dai dipartimenti sono individuati tra i professori di ruolo e fuori ruolo, i ricercatori, gli assistenti del ruolo ad esaurimento. Ciascun membro è in carica per 4 anni; in caso di sostituzione, il nuovo membro rimane in carica fino al termine del mandato del membro sostituito.
4. Il Presidente del CTS è individuato tra i membri del Comitato per votazione da parte dei membri stessi. Per questo scopo, il decano si occupa di raccogliere le candidature e presentarle al CTS.
5. Il CTS si riunisce almeno 2 volte l'anno su convocazione del Presidente, il quale invia comunicazione ai componenti, anche telematica, almeno 72 ore prima della seduta.
6. Il CTS è convocato altresì su richiesta di almeno un terzo dei suoi componenti; in tal caso il Presidente fissa la riunione entro 15 giorni dalla richiesta.
7. Il CTS delibera a maggioranza dei presenti; in caso di parità, prevale il voto Presidente. Perché la riunione sia valida occorre la presenza della maggioranza assoluta dei componenti; ai fini del numero legale sono computati anche gli assenti giustificati.
8. Il CTS può invitare a partecipare, senza diritto di voto, alle proprie sedute studiosi ed esperti delle tematiche di interesse del Centro, affiliati o non affiliati.
9. Il CTS:
  - a. approva, su proposta del Direttore del Centro, il piano annuale e pluriennale di sviluppo delle attività del Centro; le richieste di finanziamento e le iniziative ad essi connesse; rivolge al Direttore del Centro proposte, osservazioni e rilievi allo scopo di indirizzare l'attività del Centro, sulla quale può chiamarlo a riferire; approva la relazione annuale del Direttore del Centro;
  - b. esprime parere al Rettore sulla nomina del Direttore del Centro; rivolge al Rettore proposte, osservazioni, rilievi sull'attività del Direttore del Centro e del Consiglio Direttivo nonché le conseguenti richieste d'intervento; approva, a maggioranza assoluta dei componenti, le modifiche al presente Regolamento.
  - c. delibera l'affiliazione al Centro di studiosi che ne facciano richiesta,

**Articolo 8***Direttore*

1. Il Direttore coordina l'attività del Centro, di cui è responsabile.
2. È nominato dal Rettore, sentito il parere del CTS, tra persone di chiara fama e competenza delle tematiche di interesse del Centro.
3. Il Direttore rimane in carica 4 anni e può essere rinominato.
4. Il Direttore:
  - a. Partecipa alle riunioni del CTS con diritto di voto;
  - b. presiede il Consiglio Direttivo e ne convoca le riunioni, partecipandovi con diritto di voto;
  - c. coordina l'attività del Centro e adotta gli atti di gestione, sulla base delle deliberazioni del Consiglio Direttivo;
  - d. redige la proposta di piano delle attività annuale, le richieste di finanziamento e le iniziative ad essi connesse, nonché la relazione consuntiva sulle attività da sottoporre all'approvazione del CTS;
  - e. sottopone agli altri Organi del Centro e, successivamente, al Senato e al Consiglio di Amministrazione, una relazione annuale sull'attività svolta del Centro.

5. In casi di necessità e urgenza, il Direttore del Centro può adottare, sotto la propria responsabilità, atti di competenza del Consiglio Direttivo, portandoli a ratifica nella prima seduta utile dello stesso.

#### **Articolo 9**

##### *Consiglio Direttivo*

1. Il Consiglio Direttivo (CD) è l'organo di gestione del Centro.
2. Il CD esprime parere in merito alle convenzioni, ai contratti e ai contributi proposti al Centro verificandone la possibilità di svolgimento e la congruenza con le finalità istituzionali ed ha inoltre competenza per tutti gli atti di gestione non assegnati agli altri organi del Centro.
3. Il CD è composto da tre membri, tra i quali il Direttore del Centro. I restanti due membri sono individuati dal CTS per un periodo di quattro anni; in caso di sostituzione, i nuovi componenti rimangono in carica fino al termine del mandato del componente sostituito.
4. Il CD si riunisce almeno 3 volte l'anno, su convocazione del Direttore scientifico, il quale dà comunicazione ai suoi componenti, anche telematica, almeno 48 ore prima della seduta.
5. Il CD delibera a maggioranza dei presenti. Perché le riunioni siano valide devono essere presenti almeno due dei suoi componenti e in caso di parità prevale il voto del Direttore.
6. Il CD gestisce del budget e predispose il rendiconto annuo relativo alle attività del Centro.

#### **Articolo 10**

##### *Personale*

1. Il Centro può avvalersi di personale tecnico amministrativo per periodi ed oggetti definiti.
2. Le associazioni e gli enti esterni che aderiscono al Centro, come previsto all'articolo 11, possono collaborare anche fornendo personale.

#### **Articolo 11**

##### *Partecipazione di enti, centri esterni e studiosi*

1. Il Centro persegue il più elevato livello di collaborazione con altri enti e centri universitari o extra-universitari, di formazione e di ricerca, in ambiti affini a quello oggetto delle sue attività. In quest'ottica, il CTS può deliberare, su domanda degli interessati, l'adesione di enti e centri esterni, i quali hanno facoltà di esprimere un rappresentante all'interno del CTS salvo quanto previsto all'art. 7 comma 2 lettera c. Al Centro possono altresì essere affiliati studiosi italiani o stranieri, che ne facciano richiesta, che svolgono studi e ricerche sulle tematiche di interesse del Centro,
2. Le afferenze decadono con il CTS che le ha approvate, eventuali richieste di rinnovo debbono essere espressamente sottoposte al nuovo CTS.

#### **Articolo 12**

##### *Beni inventariabili*

1. Il materiale inventariabile concesso in uso al Centro rimane iscritto nel registro di inventario dell'Università del Piemonte Orientale, sotto la responsabilità del Consegnatario dei locali presso i quali i beni saranno ubicati.
2. Il materiale inventariabile acquistato dal Centro dopo la sua costituzione sarà iscritto nel registro di inventario dell'Università del Piemonte Orientale, sotto la responsabilità del Consegnatario dei locali presso i quali i beni saranno ubicati.
3. Il Centro potrà ricevere in comodato d'uso gratuito dei beni da parte di soggetti terzi nel rispetto delle normative vigenti.
4. Il Centro potrà redigere un proprio elenco riepilogativo annuale dei beni di cui dispone al fine di avere una situazione aggiornata.

#### **Articolo 13**

##### *Recesso e scioglimento*

1. Qualora un Dipartimento aderente al Centro dovesse decidere di recedere dallo stesso dovrà darne comunicazione agli Organi del Centro entro i tre mesi precedenti la data del recesso. Il Dipartimento recedente rimane obbligato a concludere gli impegni verso terzi già assunti dal Centro.
2. Lo scioglimento del Centro è deliberato dal CTS e comunicato all'Amministrazione centrale per gli adempimenti conseguenti.

3. Lo scioglimento del Centro potrà altresì essere disposto dagli Organi di Governo dell'Ateneo a fronte di un'accertata inattività del Centro stesso ovvero qualora ritengano le attività del Centro non più di interesse per l'Università.

#### **Articolo 14**

##### *Destinazione dei beni in seguito a scadenza o a scioglimento anticipato*

1. I beni acquistati direttamente dal Centro rimangono iscritti nel registro di inventario dell'Università del Piemonte Orientale, sotto la responsabilità del Consegnatario dei locali presso i quali i beni sono ubicati.
2. I beni concessi in uso al centro da enti esterni all'UPO sono riconsegnati al concedente fatte salve eventuali diverse disposizioni previste nell'accordo stipulato con l'ente stesso.

#### **Articolo 15**

##### *Durata del Centro*

1. Il presente regolamento è emanato con Decreto del Rettore ed entra in vigore il giorno successivo alla data di pubblicazione sul sito Internet dell'Ateneo. Il Centro ha la durata di quattro anni dall'entrata in vigore del Regolamento.
2. Alla scadenza gli Organi del Centro potranno proporre il rinnovo, con le stesse modalità previste per l'istituzione.
3. Alla proposta di rinnovo dovrà essere allegata una dettagliata relazione sulle attività svolte dal Centro e sulle prospettive di attività future.

#### **Articolo 16**

##### *Disposizioni transitorie*

1. Entro 30 giorni dall'entrata in vigore del presente Regolamento, i Dipartimenti interessati ad aderire al Centro produrranno la relativa delibera del Consiglio di Dipartimento, che indicherà i nominativi dei membri nel CTS di cui all'art. 7 comma 2.
1. Il Rettore nomina il Direttore del centro entro 10 giorni dall'insediamento del CTS, secondo quanto previsto dall'art. 8 comma 2.

#### **Articolo 17**

##### *Rinvio*

1. Per quanto non previsto dal presente Regolamento, valgono le norme legislative, statutarie e regolamentari vigenti in materia.

## **ALCUNE SPECIFICAZIONI IN MERITO ALLE ATTIVITÀ DEL CENTRO STUDI**

### **GOVERNANCE**

**Adesione soggetti esterni:** una volta costituito il centro, ri-contattiamo gli enti interessati invitandoli a fare richiesta di adesione, come previsto dall'Articolo 3 (*[...] possono aderire al Centro enti e centri esterni secondo le modalità previste dall'art. 11*). Nella motivazione si specifica perché questi enti (es. Novareckon per la rappresentanza a Bruxelles e il supporto al trasferimento tecnologico) e non altri. Il CTS delibera e integra con un rappresentante degli enti esterni, in modo da mantenere il numero massimo, anche se entrano 10 enti esterni la rappresentanza è sempre in percentuale come da articolo 11, quindi un membro (*[...] il CTS può deliberare, su domanda degli interessati, l'adesione di enti e centri esterni, i quali hanno facoltà di esprimere un rappresentante all'interno del CTS salvo quanto previsto all'art. 7 comma 2 lettera c . [Il numero dei rappresentanti degli enti e/o dei centri esterni aderenti non può comunque essere superiore al numero dei membri designati dai Dipartimenti dell'Ateneo]*).

### **Enti aderenti potenziali:**

Novareckon, TurismOK, Associazione Italiana Turismo Sostenibile (AITR), Meridies, JLAG, INVA SpA, ecc.

**Comitato scientifico nazionale e internazionale:** può essere creato con l'affiliazione di studiosi persone fisiche come disciplinato dall'Articolo 3 e 11 ([...] *Possono aderire al Centro studiosi ed esperti delle tematiche di interesse del Centro. Al Centro possono altresì essere affiliati studiosi italiani o stranieri, che ne facciano richiesta, che svolgono studi e ricerche sulle tematiche di interesse del Centro*). Questi affiliati nel sito web verranno identificati come *Affiliated experts* (come modello: <https://www.urban.org/policy-centers/center-international-development-and-governance/about/affiliated-experts>)

### STEP PREVISTI PER LA FASE DI STARTUP DEL CENTRO

1. Perfezionamento adesione enti
  - a. Lista
  - b. Richiesta invio
  - c. Accettazione da parte del CTS
2. Perfezionamento affiliazione studiosi ed esperti internazionali
  - a. Lista
  - b. Affiliazione invio
  - c. Accettazione da parte del CTS
3. Sito web e brochure
  - a. Dominio (il sito deve essere duplicato, non solo negli spazi UPO)
  - b. Struttura del sito
  - c. Incarico per realizzazione e contenuti it e en
  - d. Privacy policies
4. Social media strategy
  - a. Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube
  - b. Inbound marketing programme
5. Programma annuale Eventi
  - a. Hackathon di lancio
  - b. Tipologie eventi
  - c. Cronoprogramma
  - d. Budgeting

### ATTIVITÀ 2020-2021

- A. migliorare la conoscenza dei fenomeni turistici, favorendo la multidisciplinarietà degli approcci
  - a. Assessment sullo scenario globale e sulle ricadute in Italia pre e post covid:
    - i. Compendio ragionato
    - ii. Ethnography approach analysis
    - iii. Behavioral model & simulation
    - iv. Focused studies
  - b. Big Data Platform on tourism flood, offer, demand & trends
- B. identificare e sviluppare strategie per lo sviluppo del turismo inteso come composizione di interessi e di settori diversi
  - a. Governance pubblico-privata con stakeholder interview & active engagement
  - b. Compliance & Quality Strategy Plans (per gli operatori turistici)
- C. scambiare esperienze tra le Università, i centri di ricerca pubblici e privati, nonché gli operatori del comparto turistico e favorire la loro reciproca collaborazione



- D. contribuire tramite strumenti informatici e telematici alla diffusione ed erogazione di iniziative di ricerca, di formazione e di sviluppo del turismo per varie tipologie di destinatari
- E. favorire la diffusione di informazioni di interesse degli operatori tramite pubblicazioni, convegni e attività formative
  - a. Tourism - Co-creative Platform (T-COP)
  - b. Bimonthly Scientific Review
  - c. Blog
  - d. Annual Conference
  - e. Sponsored Events
- F. analizzare le politiche per il turismo degli enti di governo dell'economia e del territorio
  - a. Audit territoriali per azioni di pianificazione
  - b. Policy Testing & Recasting
- G. acquisire finanziamenti indirizzati alle attività di supporto alle iniziative delle Parti
  - a. Public funding support
  - b. Fundraising training
  - c. Private financing involvement
- H. promuovere e sostenere i soggetti interessati del comparto turistico nel collegamento e collaborazione con entità analoghe di altri Paesi
  - a. Stakeholder mapping and service analysis
  - b. Mentoring activities
- I. stimolare la cultura dell'imprenditorialità in ambito turistico e la realizzazione di progetti di innovazione
  - a. Living lab for Tourism
  - b. Tourism Innovation Prize/Awards
- J. favorire l'integrazione interdisciplinare tra turismo e altri settori o questioni (produzioni culturali, artigianali, industriali; questioni urbanistico-territoriali, sociologiche; gestioni di flussi e tecnologie; comunicazione, educazione e formazione)
  - a. Tourism Integration Scenarios (TIS)
  - b. Contamination factory
  - c. Turismo Urbano e Rurale – Opportunità Lavorative Locali Antropologiche (TUR-OLLA)

Per ciascuna di queste attività, sono già avviati contatti, abbozzati progetti, definiti ambiti specifici in cui operare.

In ambito progettuale, si stanno attivando alcune iniziative di carattere tematico che il Centro potrebbe coordinare, sviluppare e promuovere (progetto Italian Mountain Lab e filone del turismo montano, turismo dell'apprendimento, sviluppo aree interne, ecc.; progetto Itinerari Culturali Europei del Piemonte; progetto per la valorizzazione del tartufo bianco pregiato del Monferrato, ecc.).

## **DESTINATARI DELLE ATTIVITÀ DEL CENTRO**

Enti e Istituzioni del territorio, pubblici e privati; operatori del settore; GAL; Associazioni di categoria e portatori di interesse; comunità locali; giovani studiosi; studenti; ecc.

**BIBLIOGRAFIA**

- Alejziak, W., Winiarski, R. (a cura di). (2005). *Tourism in Scientific Research*. AWF Kraków, WSIZ Rzeszów.
- Amoretti, G., Varani, N. (2016). *Psicologia e geografia del turismo: Dai motivi del turista all'elaborazione dell'offerta*. Padova, libreriauniversitaria.it Edizioni.
- Arbellay, F., Stock, M. (2012). Tourism as complex interdisciplinary research object. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 441-458.
- Bagnoli, L. (2018). *Manuale di geografia del turismo. Dal Grand Tour al Piano Strategico*, Torino, UTET università.
- Ballantyne, R., Packer, J., Axelsen, M. (2009). Trends in tourism research. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 149-152.
- Battaglia, A. (2018). Il posizionamento strategico dell'Europa. Nuovi flussi turistici, mercati emergenti e sfide geo-politiche. *Economia della cultura*, 28(1-2), 11-24.
- Benckendorff, P., Zehrer, A. (2013). A network analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 43, 121-149.
- Benevolo, C., Grasso, M. (2017). *Destinazioni e imprese turistiche*. Milano, Franco Angeli.
- Bimonte, S., Punzo, L. F. (2016). Tourist development and host-guest interaction: An economic exchange theory. *Annals of Tourism Research*, 58, 128-139.
- Bizzarri, C., Querini, G. (a cura di). (2006). *Economia del turismo sostenibile. Analisi teorica e casi studio*. Milano, Franco Angeli.
- Candela, G., Figini, P. (2010). *Economia del turismo e delle destinazioni*. Milano, Germany: McGraw-Hill.
- Cerutti S. (2019). Geografie perdute, storie ritrovate: percorsi di partecipazione e sviluppo locale nelle Terre di Mezzo, *Rivista Geografica Italiana*, 3, 57-80.
- Corigliano, M. A., Baggio, R. (2018). Creatività, innovazione, tecnologie e competitività nel turismo. *Rivista di Scienze del Turismo-Ambiente Cultura Diritto Economia*, 4(1-2), 53-82.
- De Carlo, M., Caso, R. (a cura di). (2007). *Turismo e sostenibilità: principi, strumenti, esperienze*. Milano, Franco Angeli.
- de Falco, La Foresta, D. (2017). Il patrimonio culturale in epoca 4.0: una nuova geografia dello sviluppo turistico. *Annali del turismo*, 39.
- De Seta, C. (2014). *L'Italia nello specchio del Grand Tour*. Milano, Rizzoli.
- D'Elia, A. (2012). La ricerca sul turismo. *Rivista di Scienze del Turismo-Ambiente Cultura Diritto Economia*, 2(3), 159-165.
- Duarte Alonso, A., Nyanjom, J. (2017). Local stakeholders, role and tourism development. *Current Issues in Tourism*, 20(5), 480-496.
- Galvagno, M., Giaccone, S. C. (2019). Mapping Creative Tourism Research: Reviewing the Field and Outlining Future Directions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(8), 1256-1280.
- Garibaldi, R. (2020). *Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano 2020. Trend e tendenze*. <https://www.robtagaribaldi.it/rapporto-sul-turismo-enogastronomico/>
- Holden, A. (2004). *Tourism studies and the social sciences*. Londra, Routledge.
- Lemmi, E. (2009). *Dallo "spazio consumato" ai luoghi ritrovati. Verso una geografia del turismo sostenibile*. Milano, Franco Angeli.
- Lin, B., Fu, X. (2020). Gaze and tourist-host relationship-state of the art. *Tourism Review*, ahead of print, <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/TR-11-2019-0459/full/html>
- Pollice, F. (2018). Valorizzazione dei centri storici e turismo sostenibile nel bacino del Mediterraneo. *Bollettino della Società Geografica Italiana*, 41-56.
- Presenza, A., Formato, R. (2018). *Management della destinazione turistica: attori, strategie e indicatori di performance*. Milano, Franco Angeli.

- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.
- Rocca, G. (2013). *Dal prototurismo al turismo globale: momenti, percorsi di ricerca, casi di studio*. Torino, Giappichelli Editore.
- Romei, P. (2016). *Territorio e turismo: un lungo dialogo: il modello di specializzazione turistica di Montecatini Terme*. Firenze, Firenze University Press.
- Savelli, A. (a cura di). (2008). *Spazio turistico e società globale*. Milano, Franco Angeli.
- Spillare, S. (2019). *Cultura della responsabilità e sviluppo locale*. Milano, Franco Angeli.
- Splendiani, S. (2017). *Destination management e pianificazione turistica territoriale: casi e esperienze in Italia*. Milano, Franco Angeli.
- Veal, A. J. (2017). *Research methods for leisure and tourism*. Pearson UK.