



CORSO DI ALTA FORMAZIONE

Made in Italy e Turismo

CIBO ARTE MODA



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

*tutelare le eccellenze dell'artigianato per
la riconquista dei mercati esteri*

La pandemia ha determinato un mutamento nella natura delle esigenze dei viaggiatori a favore di un turismo sicuro, pulito e più sostenibile.

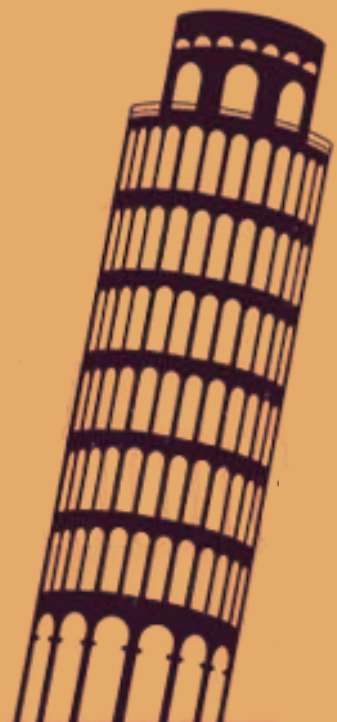
Nella filiera, dominata, principalmente da piccole e medie imprese (PMI) la cui attività genera occupazione e ricchezza nelle regioni che dipendono fortemente da tale settore, vi si comprende un'ampia varietà di professioni e di servizi.

Proprio per queste ragioni, è fondamentale implementare le politiche turistiche dei territori per dare risalto alle specialità identitarie locali incoraggiando la promozione e l'artigianato di qualità, soprattutto se finalizzati ai percorsi del gusto, della moda, dei saperi e dell'artigianato artistico.

Nel caso del nostro Paese, il brand del Made in Italy garantisce la forte riconoscibilità dei prodotti dell'eccellenza italiana e potrà generare una considerevole domanda da parte dei turisti italiani e stranieri.

Da questo punto di vista è importante sostenere la promozione di prodotti maggiormente diversificati e mirati, incentrati su determinate tematiche quali ad esempio le esperienze identitarie del territorio di cui sono i protagonisti gli artigiani, il patrimonio culturale, la moda, l'enogastronomia quali forme di turismo alternativo che contribuiscono ad apportare valore aggiunto all'area interessata diversificandone l'economia e riducendo la dipendenza dei flussi turistici dalla stagionalità;

In quest'ottica diventa fondamentale potenziare il valore del Made in Italy quale leva di sviluppo per la promozione dell'industria culturale e del turismo attraverso la formazione delle imprese e dei manager di settore che sappiano coordinare progetti di valorizzazione del territorio complessi, basati sulla integrazione delle filiere, con un continuo dialogo tra stakeholder pubblici e privati, tra territori e regioni.



Profilo del corso

Il corso intende formare una figura professionale per la gestione di percorsi e progetti integrati di valorizzazione turistica del territorio utilizzando come Marca di lancio il "made in Italy come segno di eccellenza di territori, prodotti e stile di vita. Un brand unificante e di grandissima forza che può rafforzare specifiche "marche d'area" e quindi a progetti specifici pensati per territori/prodotti.

Promotori

Il corso è promosso da Fondazione ECIPA, CNA Agroalimentare, CNA Artistico, CNA Federmoda, CNA Turismo e Commercio e Sapienza Università di Roma.

Profilo professionale

La figura che il corso intende formare è il "manager di filiera integrata" che sia in grado di progettare, coordinare e promuovere progetti complessi basati sulla integrazione delle filiere dell'agroalimentare, del turismo e della moda sotto il brand comune del made in Italy.

Destinatari del corso

Al corso sono ammessi Responsabili e funzionari del sistema CNA e titolari di imprese iscritte a CNA.

Organizzazione didattica

Il corso inizierà il 28 ottobre e terminerà il 31 marzo. Le lezioni saranno erogate online.

La didattica sarà basata su moduli teorici, analisi di casi di studio e sarà project based: ovvero finalizzata alla realizzazione di attività didattiche anche collaborative che prevedano la redazione di progetti specifici e project work.



Programma:

4 Moduli

19 Lezioni

38 Ore

Data**Lezione****Temi****Docente****1° modulo: dalle eccellenze al brand Made in Italy**

28.10.2022 10.00 – 12.00	Lezione di coordinamento	Una storia di aziende nella moda, nell'arte e nel cibo – case history	Antonio Franceschini <i>Resp. Nazionale CNA Federmoda</i> Gabriele Rotini <i>Resp. Nazionale CNA Agroalimentare</i> Cristiano Tomei <i>Coord. Nazionale CNA Turismo e commercio</i>
04.11.2022 10.00 – 12.00	Il cibo e l'industria del turismo	Il cibo e l'industria del turismo: una grande opportunità per gli operatori dell'ospitalità	Cesare Manetti <i>Docente del Corso di Laurea Magistrale in Scienze e Tecnologie Alimentari, Sapienza Università di Roma</i>
11.11.2022 10.00 – 12.00	Dal castello alla rete: sfide e opportunità per il made in Italy. Apprendere ad apprendere per cambiare il nostro modo di cambiare.	La lezione affronta l'evoluzione degli studi manageriali attraverso un approccio interdisciplinare che sostituisca i modelli di gestione tradizionale. Da questo punto di vista, la rappresentazione metaforica della rete si contrappone a quella del castello, quale immagine dell'impresa tradizionale, in cui prevalgono la gerarchia, gli schemi rigidi, le routine, e una poca propensione al confronto con l'esterno. Una rete è più simile a una partecipazione comune, nella quale non stiamo giocando l'uno contro l'altro, ma l'uno con l'altro. Nella rete, tutti vincono. L'interrogativo urgente da porsi è "what next?", quali moderni schemi di management stanno emergendo? In che modo questi consentono lo sviluppo di nuove figure manageriali che possano gestire filiere integrate? La lezione cerca di rispondere a questa domanda.	Mario Calabrese <i>Docente di Management dei Progetti e dell'Innovazione, Sapienza Università di Roma</i>
18.11.2022 10.00 – 12.00	Dieta mediterranea e sostenibilità	Dieta mediterranea, sostenibilità e benessere: le produzioni di eccellenza e i prodotti agroalimentari di qualità	Lorenzo M. Donini <i>Coordinatore Corso di Laurea in Scienze, culture e politiche gastronomiche per il benessere, Sapienza Università di Roma</i>

Data**Lezione****Temi****Docente****2° modulo: i territori al centro della valorizzazione turistica****25.11.2022**
10.00 – 12.00

Riscoprire i Borghi attraverso i percorsi del gusto, del sapore e delle eccellenze dell'artistico e della moda

Luca Alteri
Professore Associato di Sociologia generale
Sapienza Università di Roma**02.12.2022**
10.00 – 12.00**Storia dei distretti e valorizzazione del made in Italy: il radicamento territoriale del settore in Italia. Le trasformazioni territoriali. Il racconto di un settore policentrico. Le specializzazioni produttive.****Francesco Mercuri**
Ricercatore in Business Management
Sapienza Università di Roma**12.12.2022**
10.00 – 12.00**I distretti del cibo**

Agire locale: i distretti del cibo. Le destinazioni turistiche e i territori si comunicano attraverso il food

Alessandro Pinto
Docente Scienze dell'Alimentazione,
Sapienza Università di Roma**13.01.2023**
10.00 – 12.00**Lezione di coordinamento**

Politiche turistiche e modelli di business nella moda, nell'artistico e nell'alimentare – case history

Antonio Franceschini
Responsabile Nazionale CNA Federmoda
Gabriele Rotini
Responsabile Nazionale CNA
Agroalimentare
Cristiano Tomei
Coordinatore Nazionale CNA Turismo e Commercio

Data**Lezione****Temi****Docente****3° modulo: la sostenibilità e le nuove frontiere del made in Italy****20.01.2023**
10.00 – 12.00**Be active e le start up del turismo: le nuove frontiere e forme di turismo esperienziale. Un approccio attento al territorio per preservare ed evocare le unicità del made in Italy****Fernando Martinez**
Presidente corso di laurea di turismo – Sapienza Università di Roma**27.01.2023**
10.00 – 12.00**Approcci manageriali per la gestione della filiera del Made in Italy tra sviluppo sostenibile e valorizzazione delle identità di sistema**

La lezione affronterà la rappresentazione ecosistemica della filiera del Made in Italy attraverso la descrizione, l'analisi e l'applicazione di modelli di business in grado di coniugare esigenze economiche, sociali e ambientali nell'ambito di percorsi di sviluppo condiviso basati sulla valorizzazione delle interconnessioni tra moda, turismo e agroalimentare. Con specifico riferimento al comparto della moda, il modulo focalizzerà l'attenzione sulla possibilità di sviluppare approcci manageriali e modelli gestionali in grado di valorizzare il portato culturale e simbolico al fine di contribuire al consolidamento del sistema delle 'economie' del Made in Italy.

Francesco Caputo
Docente Economia e gestione delle imprese, Sapienza Università di Roma - Università degli Studi di Napoli "Federico II"**03.02.2023**
10.00 – 12.00**L'artigianato artistico e tradizionale come strumento di inclusione sociale**

Della lunga storia dell'artigianato, si intende mettere a fuoco in particolare il periodo della modernità, in cui diviene centrale il suo rapporto con l'industria. A partire dalla rivoluzione industriale, che valore viene riconosciuto all'artigianato? E com'è cambiato il concetto stesso di artigianato? Che tipi di rapporti si vengono a definire fra artigianato artistico e tradizionale? Quali sfide si offrono al presente nel nome dello sviluppo sostenibile e di un modello virtuoso di turismo?

Elisa Genovesi
Dottore di ricerca in storia dell'arte, Sapienza Università di Roma**10.02.2023**
10.00 – 12.00**L'export agroalimentare.**

L'export agroalimentare: punto di forza e attrattore per i flussi turistici internazionali nelle destinazioni dell'eccellenza italiana.

Luca Muzzioli
Docente Corso di Laurea in Scienze, culture e politiche gastronomiche per il benessere, Sapienza Università di Roma**17.02.2023**
10.00 – 12.00**Dal castello alla rete: sfide e opportunità per il made in Italy. Apprendere ad apprendere per cambiare il nostro modo di cambiare.**

La lezione affronta l'evoluzione degli studi manageriali attraverso un approccio interdisciplinare che sostituisca i modelli di gestione tradizionale. Da questo punto di vista, la rappresentazione metaforica della rete si contrappone a quella del castello, quale immagine dell'impresa tradizionale, in cui prevalgono la gerarchia, gli schemi rigidi, le routine, e una poca propensione al confronto con l'esterno. Una rete è più simile a una partecipazione comune, nella quale non stiamo giocando l'uno contro l'altro, ma l'uno con l'altro. Nella rete, tutti vincono. L'interrogativo urgente da porsi è "what next?", quali moderni schemi di management stanno emergendo? In che modo questi consentono lo sviluppo di nuove figure manageriali che possano gestire filiere integrate? La lezione cerca di rispondere a questa domanda.

Mario Calabrese
Docente di Management dei Progetti e dell'Innovazione, Sapienza Università di Roma

Data**Lezione****Temi****Docente****4° modulo: innovazione dell'offerta territoriale, nuove competenze e professionalità**

24.02.2023 10.00 – 12.00	La costruzione del Made in Italy: il patrimonio culturale della moda e l'interazione con le altre filiere territoriali	<p>Partendo dal significato assunto dal Made Italy dalla seconda metà del XX secolo e dalle sue funzioni comunicative sulla promozione commerciale dei prodotti territoriali, la prima parte del modulo affronta il percorso dell'affermazione del Made in Italy a livello globale, con particolare riguardo al sistema moda e alle sue interazioni con i settori agroalimentare, turistico e artistico italiani.</p> <p>La seconda parte è dedicata al patrimonio culturale del sistema moda italiano e al ruolo che esso ancora oggi svolge nel processo identificativo del Paese quale depositario di quell'insieme di riferimenti culturali, estetici e produttivi, fondamentali nella definizione della cosiddetta country of origin effect che, seppure con momenti congiunturali critici e spesso attraverso un'abile politica di marketing, ha conferito e conferisce ai prodotti italiani quell'unicità, chiave di successo in tutto il mondo, come confermano i dati economici del settore moda.</p>	Cinzia Capalbo Direttrice del Master in Fashion Management, Sapienza Università di Roma
03.03.2023 10.00 – 12.00	Le filiere agroalimentari	<p>Le filiere destinazioni strategiche del territorio e del turismo: le strade del vino e l'eno-turismo. L'olio di oliva: dalla raccolta delle olive alle visite guidate i frantoi. Il formaggio e il territorio. Le produzioni biologiche: sostenibilità e ambiente</p>	Eleonora Poggiogalle Dottore di ricerca in scienze dell'alimentazione, Sapienza Università di Roma
10.03.2023 10.00 – 12.00	L'artigianato artistico e tradizionale come patrimonio culturale immateriale	<p>Si esploreranno i concetti di "patrimonio immateriale", "diversità culturale" ed "eredità culturale" messi in luce dalle convenzioni UNESCO del 2003 e 2005 e dalla Convenzione di Faro, e i modi in cui la tutela di questi valori si traduce nella salvaguardia dell'artigianato e nella promozione di un tipo di sviluppo sostenibile. Un'attenzione particolare sarà riservata agli strumenti posti in essere a livello nazionale e internazionale per la salvaguardia del patrimonio culturale immateriale.</p>	Elisa Genovesi Dottore di ricerca in storia dell'arte, Sapienza Università di Roma
17.03.2023 10.00 – 12.00	Lo storytelling come strumento a servizio della costruzione di un city/place brand	<p>In questo modulo si intende focalizzarsi sulla "Marca d'area" quale strumento strategico in grado di raggiungere un duplice obiettivo: (1) riuscire a far emergere l'identità forte di un territorio, mettendo in evidenza aspetti legati al mondo della moda ed in connessione con gli aspetti quali cibo, arte e turismo; (2) migliorare la comunicazione e la promozione verso l'esterno e più in generale verso tutti gli stakeholder. La comunicazione, e lo storytelling come forma di comunicazione strategica funzionale alla promozione di un territorio, sarà al centro dell'incontro nel quale accanto alla presentazione di modelli teorico-pratici verranno presentati casi di studio (focus su Firenze) esemplificativi.</p>	Fabio Corsini Docente di branding Master Fashion Management, Sapienza Università di Roma

<p>24.03.2023 10.00 – 12.00</p>		<p>I nuovi scenari dell'industria del viaggio e dell'Hospitality: l'Italia, prodotto di punta e destinazione strategica per i flussi turistici</p>	<p>Cristiano Colombi Docente di ECONOMIA DEL TURISMO, Sapienza Università di Roma</p>
<p>31.03.2023 10.00 – 12.00</p>	<p>Lezione di coordinamento</p>	<p>Misurare le prestazioni, digital marketing e reti organizzative. Nuove competenze e figure professionali. Possibili scenari occupazionali e auto imprenditoriali</p>	<p>Antonio Franceschini Responsabile Nazionale CNA Federmoda Gabriele Rotini Responsabile Nazionale CNA Agroalimentare Cristiano Tomei Coordinatore Nazionale CNA Turismo e commercio</p>