



La collaborazione tra università e imprese per la promozione del turismo nelle aree interne

Alessio Cavicchi

*Prof. Associato di Economia e Marketing Agroalimentare
Corso di Laurea in International Tourism and Destination Management
Esperto esterno Commissione Europea – DG Joint Research Center*

Alcune domande

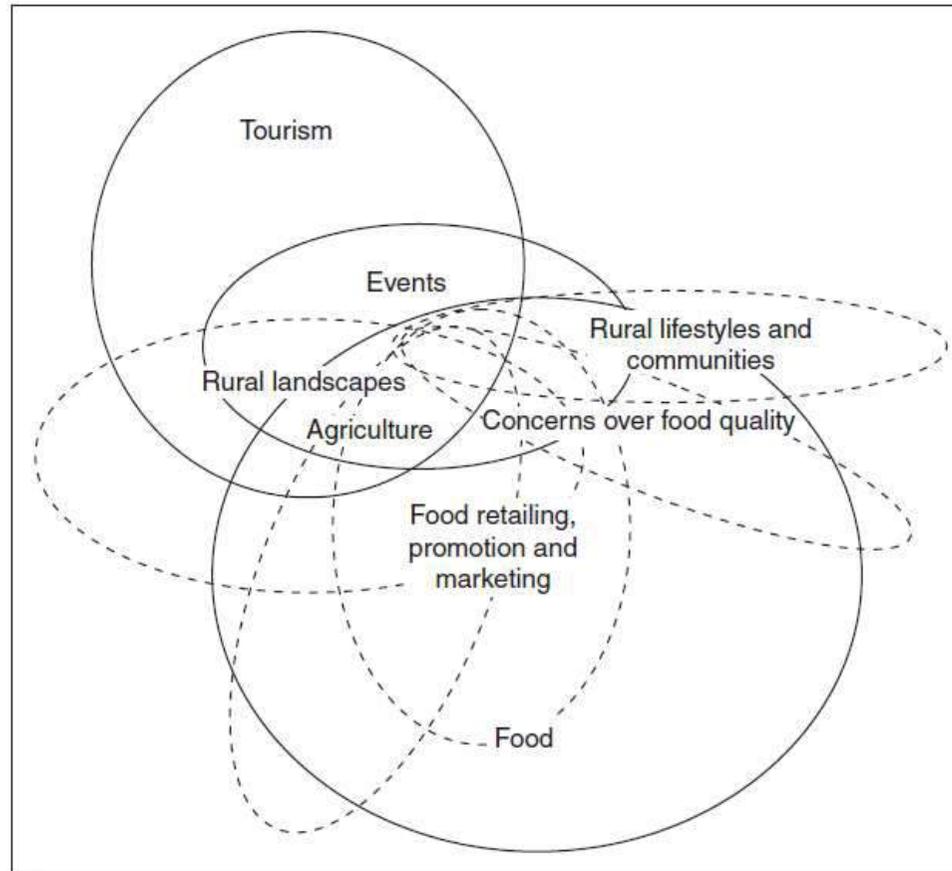
- Utilità del mio lavoro per gli studenti, per il territorio, per le aziende?
- Come rispondere alle domande “pratiche” degli stakeholders (es. Studenti stranieri e loro famiglie? Studenti di summer schools? Imprenditori?)
- E ora, come rispondere alle esigenze del territorio dopo il terremoto?

What I learned about research strategies and authorship

[David Zilberman](#), professor, agriculture and resource economics

Papers start with inspiration, the process that stimulates you to do something creative. I believe that economists may be inspired by reality (desire to answer a specific problem or general puzzle that they encounter), literature, and data. I tend to be inspired by reality.

LO SVILUPPO ECONOMICO DI UN TERRITORIO: UN «WICKED PROBLEM»



Una recente indagine sulle aspettative degli abitanti del «cratere»

1. Investire in occupazione, sistema delle conoscenze, istruzione e innovazione.
 2. Rivitalizzare il centro storico: abitanti, attività culturali ed economiche; cultura della bellezza.
 3. Migliorare la mobilità; reti di trasporto integrate; contenimento dell'agglomerato urbano, borghi policentrici ed eco-sostenibili.
 4. Assicurare trasparenza dell'azione pubblica; migliorare efficienza amministrativa; ricostruzione partecipativa.
 5. Costruire un'identità collettiva e rafforzare la coesione sociale; creazione di spazi di aggregazione; qualità degli spazi pubblici; qualità dei servizi alle famiglie e agli anziani, partecipazione attiva dei giovani.
-

OCSE – MARCHE (2011)



OECD (2013)

- Lack of economic restructuring and adaptation to globalization has made the region more vulnerable to contemporary financial and economic crises
- I recomm. “This means that the role of research organizations and the collaboration between universities and industries must become a key area of concern in the future economic policy of the region”
- II recomm. “integrating agricultural and tourism industries to exploit entrepreneurship opportunities throughout the region, taking advantage of the natural scenic resources of Marche.”



Italy earthquake: historic structures levelled in biggest quake since 1980

Reports say 6.6-magnitude quake felt over wide area including Rome and Naples and as far as Croatia and Slovenia



"It's my home away from home I love the food, the friendly people, and the warmth."



'Apocalyptic': Italy rocked by two earthquakes leaving town of Ussita 'finished' and strong tremors in Rome



NEWS MOST VIEWED

1 Martin Freeman and Amanda Abbington split as she reveals 'weird' real-life coincidence behind Sherlock scenes they filmed together

23 Dec 2016, 8:02am

2 Berlin terror attack: Horrifying dashcam video shows truck speeding into Christmas market

"It's a beautiful place with great people! I'd return tomorrow if I could."

Another reader, Martin Harrison, had visited Visso, Ussita, Castelluccio, Arquata and Amatrice on a cycling trip weeks before August's earthquake and vows to return. "We can't allow any of these places to become ghost towns," he said.

LE MARCHE IN VALIGIA

L'idea progettuale, sintetizzata dal titolo, è quella di mettere metaforicamente in valigia: immagini, video, informazioni, prodotti enogastronomici delle Marche, del Fermano, della Valdaso e delle strutture dell'Agritur-Aso e portarli in giro per l'Europa al fine di far conoscere il nostro territorio all'estero. Lo scopo è quello di creare collegamenti turistico-culturali tra realtà territoriali diverse al fine di ridurre le distanze sociali e culturali tra cittadini europei e movimentare il flusso turistico. Caratteristica principale: solidarietà degli operatori e produttori che agiscono in rete, spesso senza alcun aiuto da parte delle istituzioni.



Come si creano i contatti?

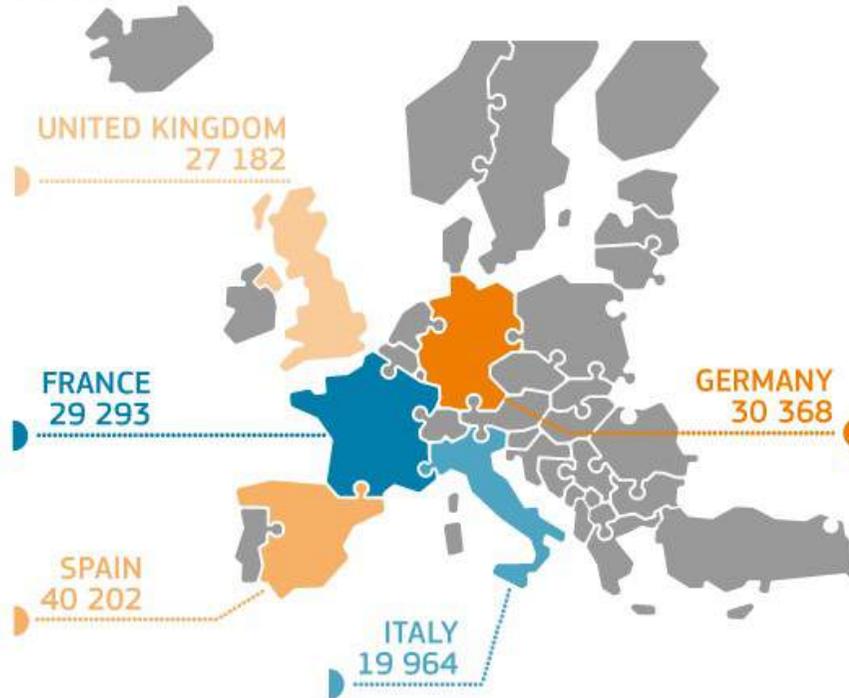
I contatti con l'estero avvengono nei modi più disparati; spesso nascono da conoscenze personali con stranieri. Il più delle volte, però, queste iniziative nascono attraverso i rapporti che i gestori di strutture dell'Agritur-Aso intrattengono con i propri ospiti i quali hanno conosciuto fortuitamente il nostro territorio e ne sono rimasti affascinati.

Due sono i fattori che attraggono particolarmente i visitatori: il paesaggio e il tipo di ospitalità. Riguardo a quest'ultima va detto che l'Agritur-Aso, con le sue continue iniziative (La Salata, La Vendemmia, la Festa della Lavanda, ecc.), fa sì che gli ospiti possano visitare diverse strutture e relazionarsi con diverse persone; questo fa sì che essi si sentano un po' a casa loro e non degli anonimi turisti. Tale modalità si pone come antitesi alla consuetudine, da parte di molti agriturismi, di relegare presso le loro strutture gli ospiti, in una sorta di "riserva indiana", evitando accuratamente il contatto degli stessi con altre strutture presenti nel territorio.

DOVE TROVIAMO I TURISTI? IN PARTE.... SONO GIA' QUI!

Most popular destinations

2012-2013

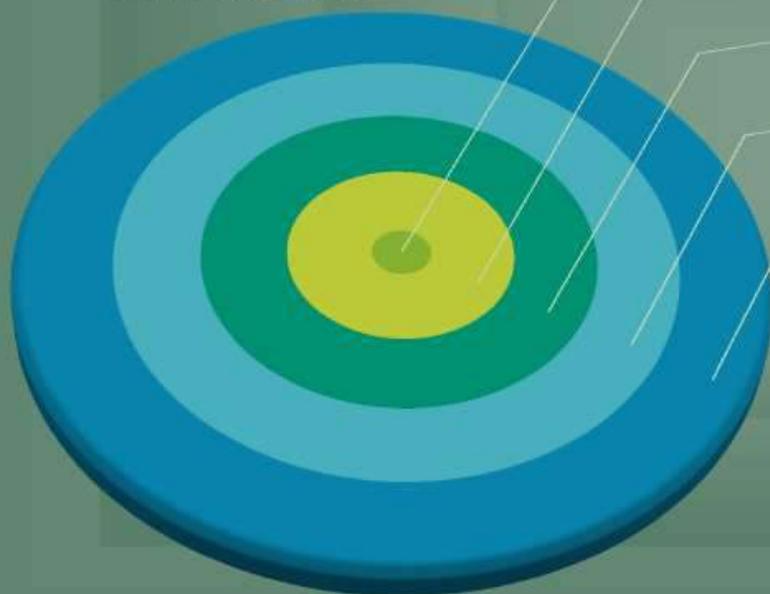


- The injection into the workforce of additional well educated, highly skilled and dynamic workers.
- The links that they establish with the city could materialise in other ways.
- International students who studied in Exeter are also likely to develop a predilection for UK products both in their personal and professional lives. Over time this should act as a boost to UK exports.
- Indeed the benefits of these personal links should not be underestimated. Many of these international students will return home to eventually play important roles in their country. So a predilection for or even bias in favour of anything British will potentially have a considerable impact upon the UK economy.

Impatto economico

degli studenti Erasmus sul territorio

La **spesa degli studenti Erasmus** ha un effetto a catena grazie al quale riesce a portare benefici a ogni settore dell'economia Marchigiana. Diviso in 4 effetti collegati tra loro:



Spesa studente Erasmus

Effetto Diretto

Effetto Indiretto

Effetto Indotto

Effetto Catalitico

L'**Effetto Diretto** riguarda le entrate di denaro che vengono direttamente dal "turista" Erasmus. Quelle che non esisterebbero se questa domanda non ci fosse.

L'**Effetto Indiretto** è conseguente all'aumento della richiesta di risorse produttive, presso gli operatori economici marchigiani, derivante dalla maggiore disponibilità di capitali determinata dagli Effetti Diretti.

L'**Effetto Indotto** consiste nell'incremento dei consumi e dell'occupazione conseguente ad un aumento dei salari e degli incassi degli operatori beneficiati direttamente e indirettamente.

L'**Effetto Catalitico** Nasce dai legami socio-culturali che s'instaurano tra gli studenti, che probabilmente svolgeranno ruoli importanti nel proprio paese, e la città. I suoi benefici hanno un'ottica a lungo termine. L'effetto deriva dalla probabile preferenza di acquisto di prodotti "Made in Marche" nella futura vita personale e professionale dello studente che avendo maturato una predilezione o un pregiudizio favorevole nei confronti delle Marche crea le potenzialità per un miglioramento economico della regione stessa.

TURISMO EDUCATIVO: una definizione

TURISTA EDUCATIONAL

può essere definito come una persona che parte dalla propria città o Paese per più di una notte e per il quale educazione ed apprendimento sono le ragioni principali del viaggio oppure rappresentano le ragioni secondarie ma percepite come un'importante modalità per trascorrere il tempo libero.

ESCURSIONISTA EDUCATIONAL

una persona coinvolta in un'escursione/attività educativa e di apprendimento in giornata (senza pernottamento), il quale considera l'educazione e l'apprendimento come importante modalità di sfruttare il tempo libero.

Il **turismo educational** può essere definito come quell'attività turistica intrapresa da coloro che trascorrono una vacanza con pernottamento o da coloro che partecipano ad un'escursione, per i quali l'educazione/l'apprendimento rappresentano un aspetto primario, o comunque importante, del viaggio. Questa definizione può includere turismo *educational* generico, tour di studio per adulti, viaggi internazionali e domestici per studenti universitari e delle scuole, (comprese le scuole di lingua), gite scolastiche e programmi di scambio.

B. W. Ritchie, *Managing Educational Tourism*, Channel View Publications, 2003, p. 18

Il Caso del Cangdong

Cangdong Education Center: NGO che nasce nel 2010 con lo scopo di preservare il patrimonio locale educando alla conservazione dello stesso attraverso la rivitalizzazione delle tradizioni che vanno scomparendo e supportando la ricostruzione del legame culturale con i locali, affinché si rendano attivi nella conservazione e condivisione della loro esperienza di vita. L'organizzazione ha anche l'obiettivo di garantire la permanenza nel Villaggio degli abitanti offrendo loro opportunità di lavoro.

ATTIVITA':

- Offre a studenti e ricercatori la possibilità di fare esperienza del Villaggio in modo interattivo, godendo dei paesaggi di Kaiping e del patrimonio storico.
- Organizza lezioni e workshop in collaborazione con università locali, visite guidate ai siti, incontri con gli abitanti, visite in bici, ai mercati locali, sperimentazione di tecniche artigianali locali con gli esperti.



Bagini (2015)



MODELLI DI RIFERIMENTO



Albergo Diffuso
Italy

WHAT

Unobtrusive
Accommodation
System

HOW

Connected
Historical Buildings

Widespread
Infrastructures

Local Community
Involvement

WHY

Improve Local
Economy

Preserve Local
Environment



Ecomuseum
France

WHAT

Holistic
Educational
Experience

HOW

Touristic Touchpoints
Network

Local Community
Involvement

Thematic Trails

WHY

Strengthen
Cultural Identity

Preserve
Local Heritage



Greenway System
USA

WHAT

Low-Carbon
Travelling
System

HOW

Widespread
Infrastructures

Environmental
Graphic

Thematic Trails

WHY

Improve Local
Economy

Preserve Local
Environment

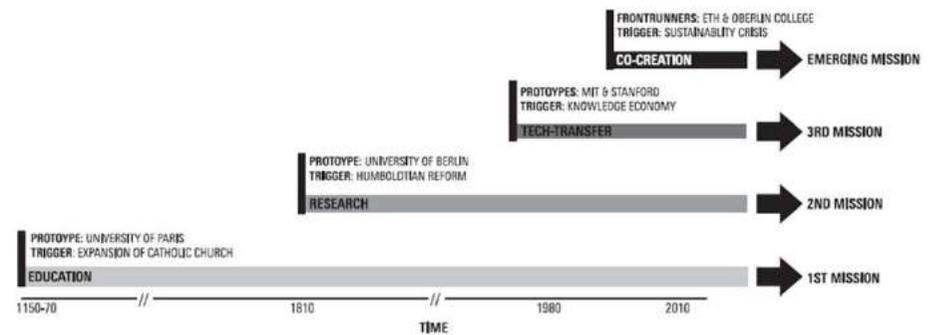
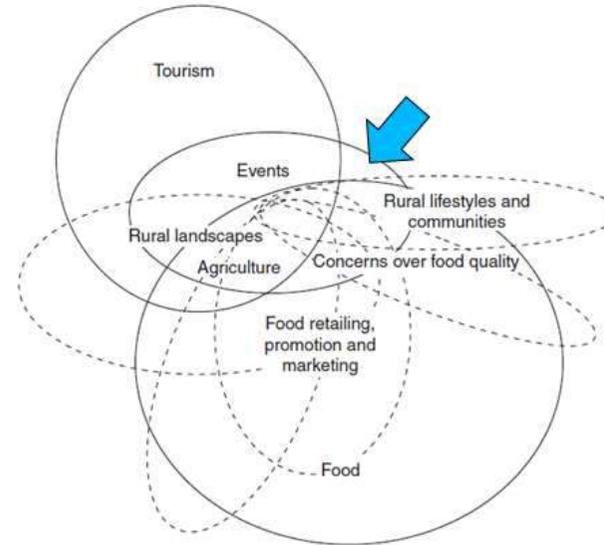
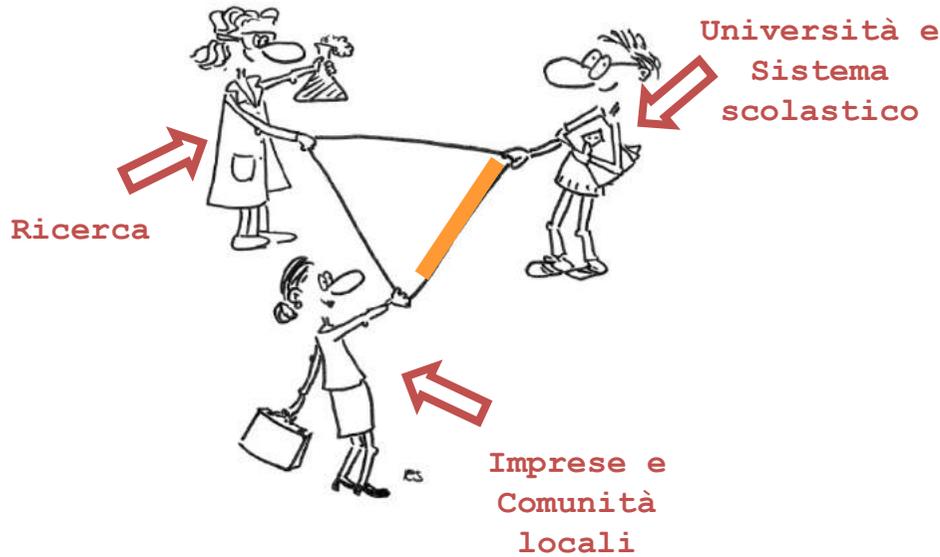
Risultati del progetto

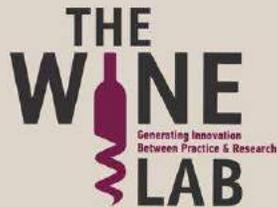
Preservation-Engagement service-system: un sistema strategico realizzato per trasformare le case locali in alloggi e attrazioni per turisti oltre che spazi per l'apprendimento sulla conservazione del patrimonio. Questo modello integra l'Albergo diffuso e le Greenways, connettendo due villaggi (Cangdong – dove sperimentare l'autenticità della vita locale, e Tangkou – sede dell'NGO e luogo per la didattica) che si possono raggiungere in bici, usufruendo della segnaletica didattica realizzata ad hoc.

Cangdong Education Widespread Hotel: modello di turismo che coinvolge i turisti nelle attività di conservazione e conoscenza del patrimonio culturale. I turisti vengono ospitati in edifici storici sparsi, dove hanno la possibilità di svolgere attività esperienziali (es. attività legate alla cucina) e sperimentare la vita quotidiana a contatto coi locali, contribuendo al contempo alla conservazione, attraverso l'uso, del patrimonio stesso.

“A unique learning experience in contact with nature, ancient villages and the lives of their inhabitants. A network of educational and hospitality services spread around Cangdong and old Tangkou, touchpoints of a system which doesn't carry negative environmental impacts”

FOODBIZ





Outputs

- ✓ More than 1000 among students, wine makers, stakeholders of the wine sector, policy makers) directly in project activities
- ✓ Research (Delphi, surveys, interviews)
- ✓ Taste&Create workshops in 5 EU regions
- ✓ 5 hubs participatory meetings: wine living labs
- ✓ 24.000+ individuals reached by dissemination
- ✓ Synergies with schools, other projects, companies and universities across Europe and beyond
- ✓ Guidelines to set up Regional Wine Hubs
- ✓ Inclusion of new Associated Partners (Regions and HEIs)

 www.thewinelab.eu
 info@thewinelab.eu
 thewinelabproject



THE WINE LAB Generating Innovation
Between Practice & Research



Knowledge Shots
ΦΕΔΕΡΙΚΟΣ ΛΑΖΑΡΙΔΗΣ
 Πρόεδρος Δ.Σ. & Δ/νων Σύμβουλος
 Nico Lazaridi Winery
 Χρήσιμα tips και συμβουλές για το κρασί





Wine Hackathon

www.thewinelab.eu
info@thewinelab.eu
[thewinelabproject](#)

Winethons are events organised to find innovative solutions to a problem by means of sharing between participants with different working profiles (students, researchers, wine makers, other stakeholders) and supported by an external expert who acts as chair and facilitator. They will be organised as learning events, then according to the formula: introduction of the topic – working groups – presentation – debate – restitution, and will be participated by 15-20 persons (3-4 working groups).

Min 5 winethons (4 national + 1 transnational) will be organised – as evidence, reporting of the events (completed with attending sheets and outcomes delivered by working groups) will be provided.

Each Winethon will not exceed one day length, according to the expected outcomes, while original hackathons in ICT usually last from one day to a week, as they provide mostly software solutions, which require time-consuming tasks, such as programming.

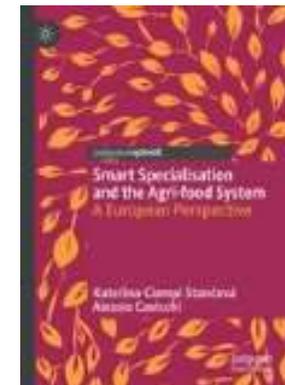
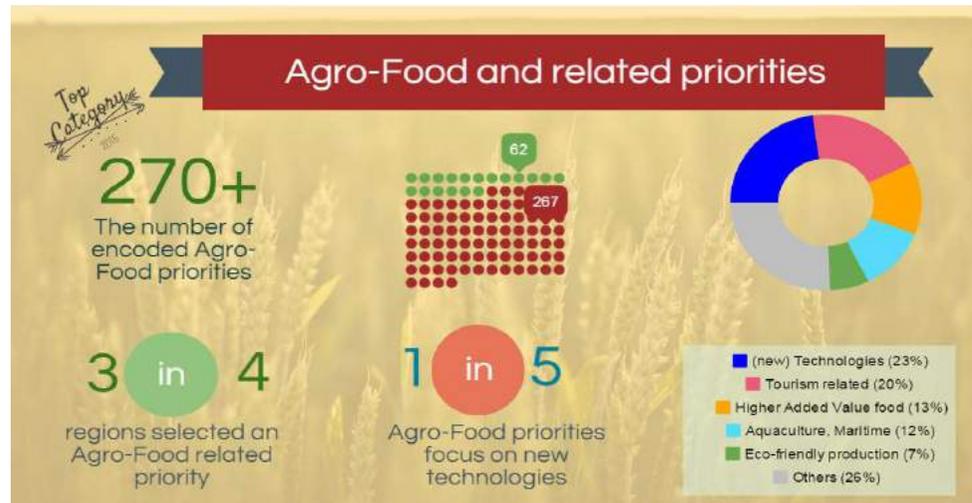
The transnational winethon will be online based: national groups will work simultaneously in their own country and will be connected with other groups by means of an online platform (to this aim, Adobe Connect will be used).



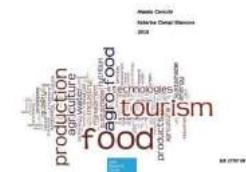
THE WINE LAB **Generating Innovation
Between Practice & Research**



Matching bottom-up initiatives and EU policy framework: the challenge of Smart Specialisation



Food and gastronomy as elements of regional innovation strategies



Need to **continue with the entrepreneurial discovery process** as well as analysis and mapping of activities, capacities and needs of regional actors, because these are preconditions for finding partners in other countries and regions.

A **good understanding of value chains** contributes to better identification of collaboration opportunities and consequently to technological upgrading.

LABORATORIO PICENO SULLA DIETA MEDITERRANEA

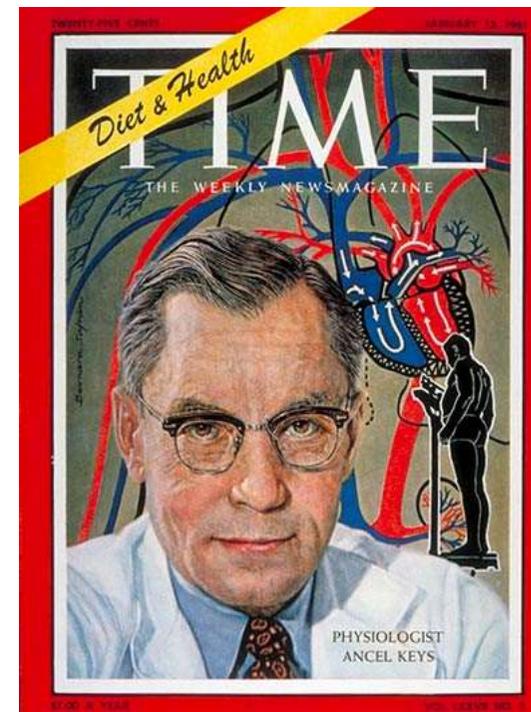
PROF. ANCEL KEYS

Tale studio durato 31 anni (1960-1991) e condotto in sette nazioni del mondo, incoronava Montegiorgio con i territori limitrofi come l'area geografica, a livello internazionale, dove l'alimentazione e lo stile di vita avevano incidenze più che positive sulla salute degli uomini, specie in ambito cardio-circolatorio.

Di questa importante validazione scientifica, mai sufficientemente rimarcata e "gestita", il Laboratorio vuole fare nuovo traino di sviluppo del territorio sostenendo in primo luogo quanti si impegnano a produrre secondo metodi tradizionali e con attenzione particolare alla qualità e alla salute.

La Dieta Mediterranea, stile alimentare e di vita, è stata sancita dall'UNESCO come *bene culturale immateriale dell'Umanità* e rappresenta in ambito medico la principale componente tanto della Prevenzione Primaria (la serie di regole che servono a mantenere lo stato di salute) che della Prevenzione Secondaria (le azioni utili a prevenire l'aggravamento o le complicanze delle malattie già manifeste).

www.laboratoriodietamediterranea.com



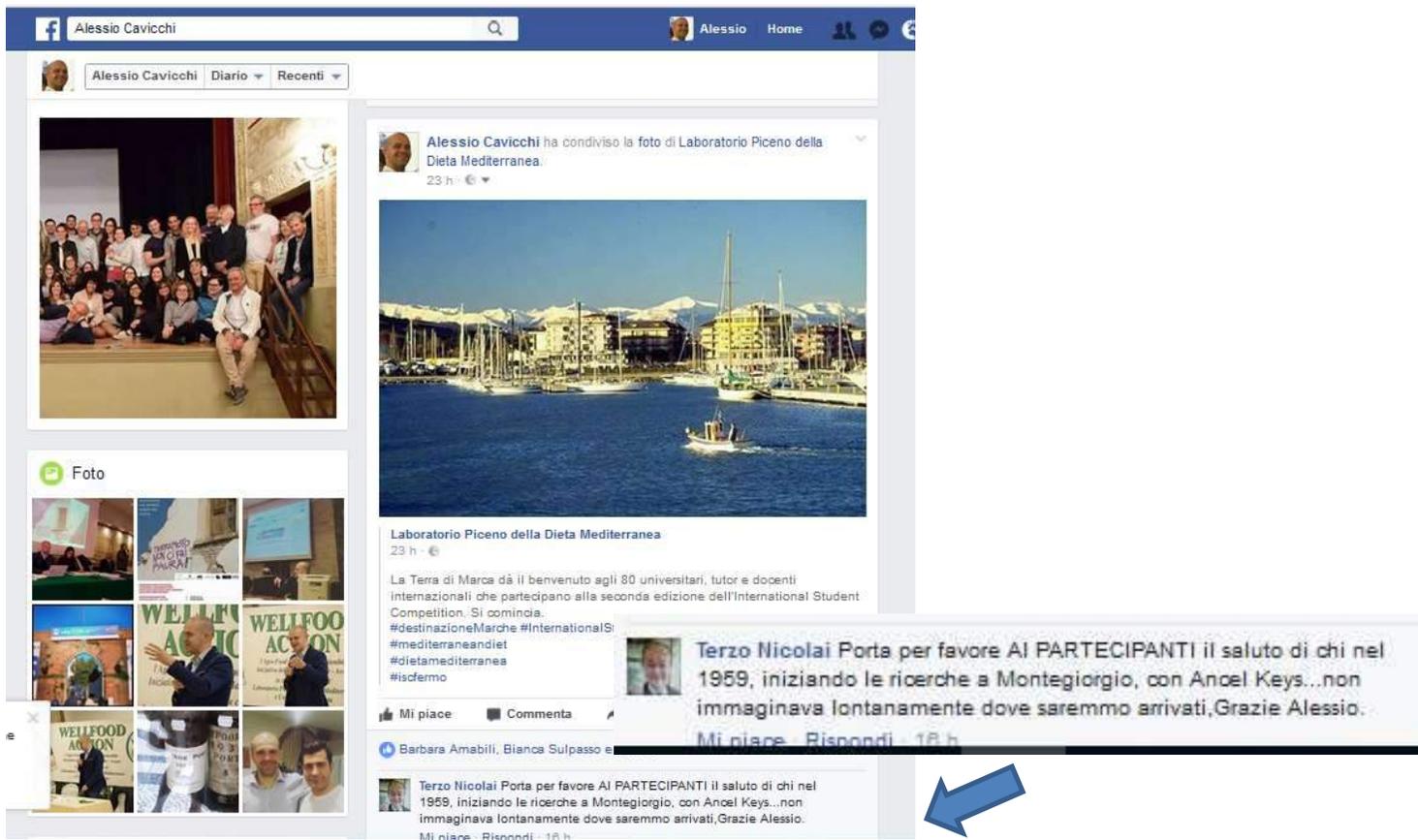
International Student competition on Place Branding and Med Diet

- 5 giorni full immersion in contatto con la comunità locale
- 80 studenti da 10 paesi europei
- Apprendimento esperienziale
- Visita in azienda
- Progetti di pianificazione strategica a disposizione della collettività
- Momento finale di restituzione
- Pubblicità online in tempo reale



- Community of Practice
Constructivist Approach:
- Problem-based learning;
 - Location-based learning;
 - Stakeholder engagement;
 - Empowerment of local community;
 - New role for scholars and tutors;
 - Self-awareness of Public Administration Representatives

QUADRUPLE HELIX



Alessio Cavicchi

Alessio Cavicchi ha condiviso la foto di Laboratorio Piceno della Dieta Mediterranea.
23 h

Laboratorio Piceno della Dieta Mediterranea
23 h

La Terra di Marca dà il benvenuto agli 80 universitari, tutor e docenti internazionali che partecipano alla seconda edizione dell'International Student Competition. Si comincia.
#destinazioneMarche #InternationalSI
#mediterraneandiet
#dietaMediterranea
#isofermo

Terzo Nicolai Porta per favore AI PARTECIPANTI il saluto di chi nel 1959, iniziando le ricerche a Montegiorgio, con Ancel Keys...non immaginava lontanamente dove saremmo arrivati,Grazie Alessio.
Mi piace · Rispondi · 16 h

Barbara Amabili, Bianca Sulpasso e

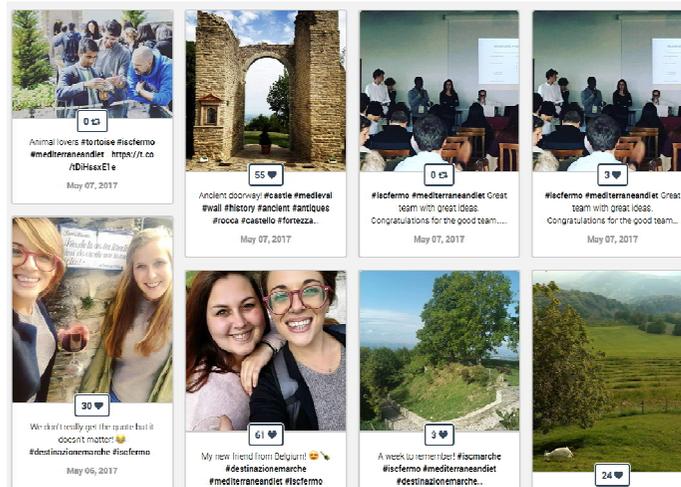
Terzo Nicolai Porta per favore AI PARTECIPANTI il saluto di chi nel 1959, iniziando le ricerche a Montegiorgio, con Ancel Keys...non immaginava lontanamente dove saremmo arrivati,Grazie Alessio.
Mi piace · Rispondi · 16 h



DIGITAL FOOTPRINTS

Medias
357 contents
 93% images
 7% videos

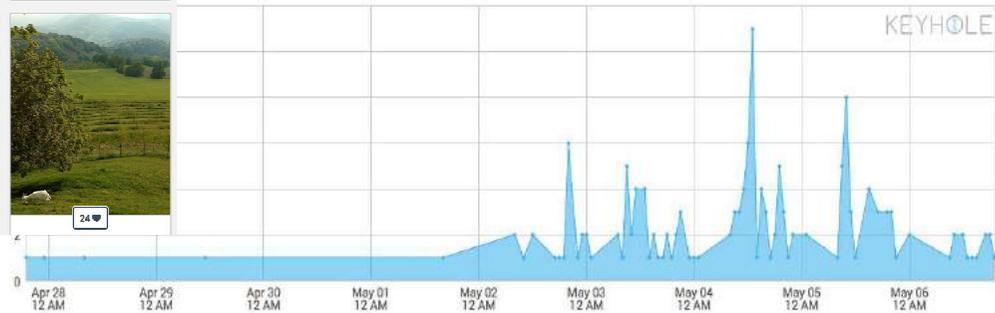
Medias with high impact
 (>5000 impressions)
97 contents
 98% images
 2% videos



59

17.940

273.56
IMPRESSIONS





Alessio Cavicchi Congrats!!!!

Mi piace · Rispondi · 1 s



Lisa Ricci Thank you Alessio ! I hope everything goes well for you 😊 I'll never forget that week in the Marche Region! It was amazing!

Love · Rispondi · 6 g



Tu, Roshan Shete, Ilaria Zonta e altri 209



Alcuni esempi...



A CHI È RIVOLTO

I NOSTRI SERVIZI

CHI SIAMO

Chi Siamo.

Expirit è una start up a vocazione sociale che opera nel mondo del turismo con un obiettivo chiaro: lavorare con amministrazioni ed enti locali, operatori turistici, fornitori di attività e strutture ricettive per promuovere l'identità e le bellezze dei territori.

La nostra proposta? La promozione di un luogo attraverso lo sviluppo di esperienze create ad hoc sulla base delle sue caratteristiche.



A CHI È RIVOLTO

I NOSTRI SERVIZI

CHI SIAMO

CONTATTI



GIACOMO ANDREANI
FOUNDER



MARCO COCCIARINI
CEO



CHIARA ALEFFI
RESEARCH & DEVELOPMENT



SABRINA TOMASI
RESEARCH & DEVELOPMENT

Una proposta

- Università, Istituti Scolastici, Scuole private > necessità di collaborare
 - Le aree interne come Destinazione «Educational»
 - Studenti da tutto il mondo che vengono a fare esperienza del «Made in Italy», dell'Italia «Autentica», dell'enogastronomia e della Cultura Italiana
 - I cammini/itinerari come «boundary object»
-

Boundary objects are objects which are both plastic enough to adapt to local needs and constraints of the several parties employing them, yet robust enough to maintain a common identity across sites.

They are weakly structured in common use, and become strongly structured in individual-site use.

They may be abstract or concrete. They have different meanings in different social worlds but their structure is common enough to more than one world to make them recognizable, a means of translation. The creation and management of boundary objects is key in developing and maintaining coherence across intersecting social worlds.

[Susan Leigh Star](#) and [James R. Griesemer](#) (1989, p. 393)

Una proposta

- Ripensare al ruolo delle università?
 - Necessità di maggior dialogo tra assessorati/servizi diversi in ambito regionale (Agricoltura, Cultura, Turismo, Attività Produttive)
 - Ruolo fondamentale di Associazioni, Confederazioni, GAL e comunità locali per supportare e facilitare questo processo
-

«Any scientific enquiry which is made on the level of human encounter, involves the inquirer into an interpersonal exchange. The inquirer has to gain confidence of the community with he/she works. The centres of human existence can be reached only if there is common trust that the encounter takes place for the benefit of people involved. This means that there is in last resorts no mere observer position in such an encounter; there is common search for common good»

Swantz, M.L. (2001), Participatory Action Research as a practice, in Reason, P., & Bradbury, H. (Eds.). (2001). Handbook of action research: Participative inquiry and practice. Sage.



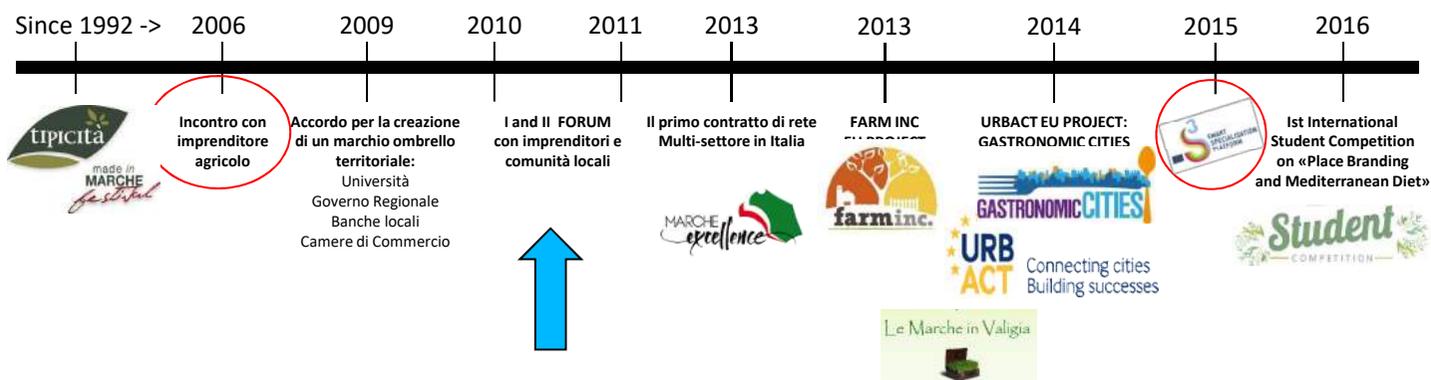
GRAZIE

E-mail: alessio.cavicchi@unimc.it
Skype: alessio.cavicchi

WWW.THEWINELAB.EU

WWW.FOODBIZ.INFO





IMPORTANZA DI:

RICERCA-AZIONE

APPROCCI COSTRUTTIVISTI ALLA DIDATTICA

Problem-based,

Location-based,

Experiential-based learning

2017-2019

