

EMPOWERMENT

21

ARTE, CULTURA E TURISMO

IL VIAGGIO OLTRE
LA CONOSCENZA
E LA VALORIZZAZIONE

a cura di

Alessandro Di Paolo
Fabiano Longoni



MARCIANUM PRESS

© 2013, Marcianum Press, Venezia

Impaginazione e grafica: Linotipia Antoniana, Padova

ISBN 978-88-6512-202-0

Indice

Introduzione	7
---------------------------	----------

Parte Prima

IL VIAGGIATORE E IL TURISTA: LE DIVERSE VISIONI CULTURALI

1.1 Il viaggio come esperienza etica <i>Francesco Moraglia</i>	15
1.2 Cultura e turismo: fattori strategici di crescita e sviluppo <i>Alessandro Di Paolo</i>	19
1.3 Due parole su etica, turismo e arte <i>Paolo Baratta</i>	35
1.4 Quando il turista diventa viaggiatore <i>Maurizio Cecconi</i>	43
1.5 Expo Milano 2015: strategie e opportunità di marketing territoriale <i>Alberto Mina</i>	51
1.6 Cultura e mercato tra crisi e gratuità <i>Fabio Poles</i>	61
1.7 Il turismo culturale come una risorsa educativa <i>Michele Serra</i>	69

Parte Seconda

L'ARTE E IL TERRITORIO: VALORIZZAZIONE E ATTRATTIVITÀ

2.1	Potenzialità e rilancio economico: il modello di Venezia <i>Luigi Brugnaro</i>	79
2.2	Il turista/viaggiatore nell'epoca digitale <i>Nicola Callegaro</i>	83
2.3	Quale formazione per quale turismo? Proposte per il patrimonio culturale di interesse religioso <i>Gianmario Guidarelli e Ester Brunet</i>	95
2.4	Per una nuova ecologia del viaggio <i>Fabiano Longoni</i>	109
2.5	L'accoglienza come fattore di trasformazione del turista in viaggiatore <i>Claudio Scarpa</i>	125
2.6	Integrità, maestria, bellezza e sostenibilità: il modello del passato per il futuro <i>Gianluca Seguso</i>	129
	Considerazioni e riflessioni conclusive	137
	<i>Autori</i>	145

Introduzione

Questa pubblicazione è nata dalla raccolta delle attente riflessioni, ossia delle relazioni ragionate e successivamente rielaborate, di un gruppo di rappresentanti apicali di istituzioni, organizzazioni e imprese chiamati a declinare liberamente il proprio pensiero in occasione di una conferenza che annualmente, consecutivamente a partire dal 2009, si svolge per porre attenzione e riflessione su delle tematiche geopolitiche, geosociali e geoeconomiche.

La Ethics Conference, questo è il nome dell'evento, si è dimostrata in questi anni un'occasione d'eccezione per aprire la mente al confronto e al dialogo interculturale e transdisciplinare a fronte di nuove visioni e scenari globali.

La storia della “conference”

Il primo incontro ha origine nel 2007, quando la “conference” viene svolta in un contesto strettamente accademico quale episodio a chiusura di due insegnamenti (uno titolato “Globalizzazione: questioni e movimenti” e l'altro “Diritti umani e imprese”) tenuti presso la Facoltà di Scienze Politiche all'Università di Padova. In quell'occasione all'evento organizzato da Di Paolo, titolare dei due insegnamenti, partecipò tra i relatori Longoni direttore dell'allora appena inaugurato Master in Gestione Etica di Azienda (in sigla “MEGA”), organizzato dallo Studium Generale Marcianum di Venezia con il contributo scientifico e didattico della SDA Bocconi di Milano.

L'ottima riuscita e l'accadimento congiunto di due successivi avvenimenti, ossia la proposta di una seconda edizione del "MEGA" dovuta al successo della precedente, riscontrato sia dai docenti sia dai partecipanti, e un cambiamento negli insegnamenti all'interno dell'Ateneo padovano, favorirono il ripensamento dell'evento nel contesto formativo della Fondazione Studium Generale Marcianum di Venezia.

In effetti, l'elemento determinante è dettato dal fatto che ci si accorge che il MEGA ponendo l'attenzione allo studio e all'analisi delle problematiche del Vivere e dell'Agire quotidiano in azienda portava a distogliere l'attenzione dalle tematiche connesse allo scenario internazionale e globale. Organizzare una conferenza all'interno del percorso del Master che fornisse con un preciso focus tematico, una visione economica e sociale sul mondo presente e futuro, risulta la soluzione ottimale.

Etichettata inizialmente come "Summer School" e come appuntamento di eccellenza, la "Conference" può così crescere e diventare un laboratorio di pensiero che, grazie ad una programmazione triennale, diventa occasione di riflessione e sguardo privilegiato ai temi del vivere l'etica nell'era della globalizzazione spinta. Il modello organizzativo, poi riproposto in tutte le successive edizioni, prevede lo sviluppo del tema su due parti ritenendo corretto impostare i lavori suddividendoli tra una prima giornata con interventi mirati ad una visione mondiale e una seconda con un approccio legato al punto di vista locale (qui, all'interno del libro, suddivisi tra parte prima e parte seconda).

Un panel di relatori rappresentanti i vertici di istituzioni governative nazionali e organismi sovranazionali, imprese multinazionali e nazionali, enti locali e associazioni di categoria, istituzioni accademiche e formative, istituti e organismi bancari, istituzioni religiose. Lo spirito di parte-

cipazione all'evento doveva continuare, così come nella genesi accademico-patavina, ad essere impregnato di gratuità e contributo sociale. I relatori dovevano dare segno di reale puro interesse a confrontarsi sul tema partecipando a totale proprie spese e rinunciando a qualunque rimborso e compenso.

Di questo spirito, fatto proprio e reso concreto negli anni da tutti, di dovere, ringraziamo ancora una volta.

Il titolo della “Summer School Master Mega 2009” fu deciso in *“Periodo di crisi e valore del capitale umano. Dalle necessità del globale alle eccellenze del locale”*, mentre quella del 2010 si svolse con il titolo: *“L'Europa verso i paesi dell'Asia emergente e viceversa. Lo scenario prossimo e futuro tra fusioni, interscambi e mutamenti nelle diverse culture, economie e valori”*.

Nel 2011, con il titolo *“Il Mediterraneo e i suoi paesi del sud e del nord. Lo sviluppo, i rapporti, i cambiamenti e la ricerca di dialogo nell'odierno Mare Nostrum”*, si concluse il primo ciclo triennale in seno al Marcianum.

Si decise allora di traghettarla da “Summer School” a “Summer Ethics Conference”. Infatti, pur rimanendo centrale espressione del Master in Gestione Etica di Azienda (oramai arrivato con pieno successo alla edizione V), con questa sua nuova definizione, si volle fornire alla conferenza sia un maggiore accento sul criterio ispiratore (l'Etica declinata nei diversi ambiti dell'Agire), sia un giusto messaggio di un evento aperto alla partecipazione di chiunque, professionalmente o personalmente, si trovi interessato e sensibile alle tematiche, senza pregiudiziali o limitazioni.

Gli obiettivi

L'augurio ai partecipanti alla conferenza, così come viene rinnovato oggi ai lettori di questo libro, è quello di con-

cludere l'intero percorso di "ascolto" stimolati nel pensiero e supportati nel discernimento così da meglio comprendere le visioni di un mondo che vorticosamente e in tutti i suoi aspetti, cambia, muta, si rigenera. Un mondo che ha sempre bisogno di avere tra i propri fondamenti dell'agire, quello della responsabilità e del rispetto dell'Altro.

L'obiettivo stabilito dal comitato scientifico, e chiesto ai 13 relatori (qui autori), è stato quello di non portare tesi, analisi e racconti per indurre chi ascolta ad approvare, ma di rendere chiaro ogni concetto esposto per favorire il principio autonomo e personale de "la conoscenza per comprendere e per decidere".

In questo libro si trovano pensieri divergenti gli uni dagli altri perché esposti, secondo la filosofia della Ethics Conference, in totale libertà: condizione base per rendere possibile la maturazione con saggezza delle proprie scelte.

Alcuni vedono l'investire nella cultura e nel turismo come il tornare indietro, al passato. Altri lo individuano, in questa fase di perdurante crisi economica, come uno dei pochi fattori strategici di recupero. Infine, c'è chi si rende conto che bisogna pensare e agire in maniera diversa ipotizzando che, sulla scia di altri paesi, anche i nostri patrimoni culturali possono essere di fatto esportabili.

In aggiunta, alcuni hanno chiara la distinzione tra un turista e un viaggiatore e su questa distinzione fanno agire le strategie della propria organizzazione, mentre altri non riescono o non ritengono di nessuna particolare utilità scindere i due concetti. E ancora: alcuni vedono i turisti come risorse sulle quali investire per uno sviluppo o ripresa dell'economia dal basso, mentre altri pensano siano un male necessario.

Il fatto che nella conferenza, e in questo libro, trovino spazio tutte queste "voci" è la realizzazione di uno dei fattori che tutti individuano come caratterizzante e di successo.