Consegnati gli attestati per la terza edizione del Master del Turismo voluto da Confcommercio Lecco

Cerimonia conclusiva nel nuovo Campus di SDA Bocconi

LECCO – E' stato il nuovo Campus di SDA Bocconi a ospitare, lo scorso 14 maggio, la giornata finale della terza edizione del Master del Turismo voluto da Confcommercio Lecco.

L'edizione 2020 – il cui inizio è stato rimandato dalla primavera all'autunno dello scorso anno – ha vissuto la conclusione a Milano, con la consegna degli attestati preceduta dalla presentazione dei lavori dei 12 partecipanti e da una tavola rotonda.

Presente anche il presidente di Confcommercio Lecco, **Antonio Peccati,** (intervenuto a Milano insieme al direttore Alberto Riva) che in aula, davanti ai corsisti, ha evidenziato: "Bocconi è una garanzia e quanto vi è stato erogato è il massimo che potevamo offrirvi. Sono contento che abbiate sfruttato questa occasione e vi auguro che questo Master porti gli stessi frutti che ha fornito a quanti hanno frequentato il percorso gli anni scorsi. **Siete all'inizio della vostra vita professionale: avete davanti un futuro importante che vi attende. E con queste basi solide sono sicuro che avrete un futuro di successo**. Ringrazio i docenti che hanno affrontato questa terza annualità sicuramente complicata. E ringrazio voi che avete partecipato per l'impegno profuso".

Dopo il saluto del presidente Peccati, ha preso la parola **Magda Antonioli,** responsabile del Master, vera e propria istituzione del turismo in Italia (oggi oltre alle varie docenze nell'Università Bocconi siede nel consiglio di Enit): "Gli indicatori per il prossimo futuro sono positivi. **Il turismo riparte e l'Italia è una meta di sicuro interesse, ma per tornare al 2019 serviranno 2-3 anni**. Col turismo di prossimità possiamo recuperare terreno, ma dobbiamo essere consapevoli che il consumatore non sarà più lo stesso. Diamoci da fare investendo e ammodernando. Nelle sfide – al di là dei soldi – dobbiamo metterci del nostro. Cerchiamo di darci da fare, puntando a essere più attenti ai consumatori e alle sue nuove esigenze".

Una tavola rotonda sul turismo

La professoressa Antonioli ha poi introdotto una tavola rotonda dedicata al tema delle sfide da affrontare nel post Covid. Ad aprire il confronto è stato **Alessandro Sciarrone** (sales

manager Hospitality & Residential di Technogym): “Siamo pronti per accogliere il nuovo consumatore? Sì e no. **Le priorità sono cambiate: il Covid ha accelerato tutto e in 1 anno abbiamo avuto esperienze come fossero 5 anni**. Il futuro sarà nell’ibridazione: l’allenamento che abbraccia casa, palestra, ufficio e aria aperta. Il futuro degli alberghi? Mini-gym ai piani e non una palestra unica, con prenotazione tramite App”.

Il secondo intervento è stato quello di **Alessandro Misani**, general manager del ME Milan Il Duca: “Abbiamo aperto nel 2015 puntando sul life style, ma non abbiamo inventato nulla. Il recruitment l’abbiamo fatto nei locali, mettendo al centro questo tipo di spazi e creando una esperienza che a Milano non esisteva. **Abbiamo deciso di lavorare sull’esperienza più che sul prodotto.** Proprio per questo per noi è fondamentale l’attitudine di chi lavora, per approcciarsi al cliente mettendolo a suo agio con un ambiente friendly. L’esigenza principale? Trasmettere fiducia: oggi la gente ha bisogno di essere tranquillizzata. Il feeling emozionale e la presenza torneranno centrali, così come gli eventi e le riunioni”.

Giorgio Bianchi, (managing director PKF) con una prima esperienza lavorativa al Royal Victoria di Varenna, ha spiegato: **"Per fare turismo serve cultura e per fare cultura serve formazione.** Questo percorso è davvero ideale da questo punto di vista. L'extra-alberghiero ha logiche, bisogni e target diversi rispetto alle strutture classiche. Lecco è destinazione turistica? Sì, ma serve un approccio diverso da parte del territorio. Il prodotto va caratterizzato con qualcosa di significativo e di particolare: vale per gli alberghi o per una casa vacanza. Lecco ha grandissimo potenziale ma ha un problema di destination development: costruire una destinazione è un processo lungo, ma fondamentale".

I tre progetti elaborati dagli studenti

La mattinata – che si era aperta con un breve saluto di Magda Antonioli, presente in aula insieme ai docenti **Sara Bricchi** e **Luca Naj Oleari** – è stata invece dedicata alla presentazione dei progetti realizzati dai partecipanti.

Il primo gruppo (**Paola Ruffa, Alissa Negrini, Carolina Bolla, Raffaella Benigni**) ha affrontato il tema **"L'evoluzione del vacation rental e potenzialità di sviluppo",** concentrandosi sui nuovi trend e mettendo al centro della analisi l'offerta extra alberghiera di Bellagio, Varenna, Lecco e Valsassina e confrontandola poi con il Lago di Garda. Le differenze? La percezione del territorio, la tipologia di clientela e la comunicazione. La considerazione finale elaborata dal gruppo è che bisogna lavorare sul percepito e su una nuova idea di comunicazione che sia univoca del territorio usando il brand Lago di Como. Fondamentale, in quest'ottica, è l'individuazione di un DMO (Destination Management Organization). Tra gli obiettivi quelli di creare una migliore rete sul territorio tra pubblico e privato puntando sulla sostenibilità e sulla riduzione della stagionalità.

Il secondo progetto, dal titolo **"More than a ride. Il mototurismo nel Lecchese",** è stato invece realizzato dal gruppo composto da **Andrea Fabi, Stefano Gatti, Francesca Mozzanica e Rodolfo Riva.**

L'obiettivo? Creare un portale per sviluppare percorsi ad hoc per offrire la possibilità di "gustare" il territorio a chi si muove in moto. Il lavoro è partito da un confronto tra diversi operatori del settore con l'individuazione di best practices sul fronte degli itinerari, dei prodotti tipici e dei punti di interesse. Per il futuro portale lecchese si pensa di creare uno sviluppo in tre step con percorsi personalizzati, indicazioni di strutture e attività, coinvolgimento degli utenti con recensioni/feedback ma anche concorsi/contest, garantendo requisiti minimi per l'affiliazione. L'idea è di creare una rete con elementi di innovazione sia sul lato utente (registrazione e profilazione; itinerari su misura; creazione di community; check-in virtuale…) che sul lato operatore (supporto nella creazione di una dotazione di

servizi di base per il moto-turista), con anche l'ideazione di una campagna visual.

Il terzo gruppo ha puntato sul progetto **"Live, tasting, learning. Il lago di Como, una pinta più in alto". Luca Balbi, Alice Bellomo, Giulio De Maio e Giulia Manoni** hanno illustrato la loro proposta centrata su un turismo enogastrononico capace di abbinare itinerari lacustri e degustazioni di prodotti locali. Partendo dai dati di questo settore e dalle caratteristiche dei suoi attori, il gruppo ha analizzato l'offerta del Lecchese (hike sul Monte Barro; esperienza nel Parco naturale della Valle del Curone; Cheese & Ham Lovers Tour; Lecco Food Tours). La realtà centrale analizzata è stata quella di "Luppolecco", un campo coltivato a luppolo (ingrediente base per la birra) location all'aperto molto scenografica. La proposta è pensata non solo per gli appassionati di birra ma anche per amici, famiglie e scuole con offerte differenziate e anche "cestini avventura" con prodotti locali.

"Grazie per questa opportunità immensa"

Proprio **Alice Bellomo –** una delle componenti di questo terzo e ultimo gruppo – al termine della presentazione dell'elaborato ha letto un ringraziamento (che poi è stato riproposto nel pomeriggio prima della consegna degli attestati):

"Abbiamo iniziato questo percorso di formazione con cestini pieni di idee, fiducia e qualche confusione. Ci siamo trovati a riordinare gli ingredienti al loro interno, mettere in discussione degli abbinamenti, assemblarli con maggior armonia e trarne un progetto del quale ci sentiamo orgogliosi. Abbiamo deciso di riservare parte del nostro output per condividere una riflessione emersa nella squadra. **Ci ha colpiti l'intero processo di apprendimento,** soprattutto applicato alla progettazione di una proposta".

"Senza dimenticarci dell'analisi che la precede e della valutazione conclusiva che la caratterizza, in termini di opportunità e punti di debolezza, siamo stati guidati a strutturare le nostre competenze di partenza, integrandole alle nuove, attraverso gli strumenti preziosi di cui ci avete fatto dono – aggiunge – Non ci ha fermati il Covid-19, non ci ha fermati la didattica online e siamo tornati in aula affamati di comprensione, di conoscenze e testimonianze, perché la collaborazione tra Confcommercio e SDA Bocconi ci ha confermato una verità spesso impopolare ma quanto mai attuale: **Cultura è l'accento sulla parola libertà".**

"Ringraziamo voi docenti per questo, che siate liberi di continuare a condividere il vostro sapere, liberi di riempire presto altre aule e vedere i volti dei vostri studenti per intero – ha concluso – Che siate liberi di lavorare con passione, dedizione e cura, perché i vostri occhi sicuri e accorti ci hanno accompagnati in un percorso a volte non semplice, certo sfidante e

d’impatto per il nostro futuro. Ringraziamo voi colleghi: che siate liberi di realizzare i vostri sogni, che siate liberi di celebrare il vostro successo e quello di chi vi è stato seduto accanto in aula, nel lavoro e nella vita. Ci auguriamo di incrociare presto, nuovamente, i vostri occhi, sempre curiosi e sorridenti, magari senza schermi e mascherine. Grazie a tutti per questa opportunità immensa”.