

Corso di Alta Formazione in Brand dei Sistemi Territoriali

Progettare la marca di un territorio e l'incoming turistico

II edizione 2009



Sito internet del corso : www.polidesign.net/bst

Da maggio 2009 per un totale di 200 ore
Frequenza giovedì venerdì e sabato

POLI.design - Consorzio del Politecnico di Milano e TURISMO RE, società di advising specializzata nel settore del real estate turistico-alberghiero, presentano la seconda edizione del Corso di Alta formazione in Brand dei Sistemi Territoriali.

Con il patrocinio di:



Touring Club Italiano



Con il sostegno di:



Windows Mobile



Il Corso d'Alta Formazione è un'esperienza formativa, teorica e progettuale orientata a potenziare le competenze di tutti quegli operatori, pubblici e privati, impegnati nello sviluppo locale e nelle imprese che si occupano del territorio in maniera competitiva e sostenibile

Il corso è finalizzato all'apprendimento e all'utilizzo degli strumenti e delle tecniche più aggiornate per operare nel campo dello sviluppo competitivo e sostenibile dei territori.

Un'esperienza formativa per potenziare le competenze di attori e operatori professionali impegnati nella gestione di istituzioni pubbliche e agenzie di sviluppo locale, e di tutti coloro interessati alla promozione dei sistemi territoriali

Il corso si prefigge la **formazione di nuovi profili di attori capaci di coniugare competenze di tipo manageriale ed organizzativo con altre di tipo progettuale nella definizione del "ritratto" di un luogo.**

Valorizzare le identità ed i genius loci dei diversi territori, fare leva sul capitale territoriale, narrare i caratteri distintivi e identitari attraverso azioni di brand policy unitaria e coordinata, sono solo alcune delle riflessioni da cui si partirà per orientare l'attività didattica.

In particolare, il corso si svilupperà lungo due direttrici principali:

- quella del **progetto del brand**, in cui verranno trasferite competenze e conoscenze relative alla definizione del brand di un territorio in termini di concept, messaggi, attributi, valori e "personalità" e alla configurazione delle diverse interfacce comunicative;
- quella del **management e dell'organizzazione della brand policy**; in cui verranno trasferite competenze e conoscenze relative all'organizzazione del processo comunicativo (media planning) e alla gestione del "capitale di marca" da parte dei diversi stakeholders territoriali.

Didattica

La durata del corso è di circa 2 mesi, per un totale di 200 ore, ripartite in **moduli didattici** e **project work**.

I **moduli didattici** verranno organizzati secondo quattro aree tematiche:

- **Marketing territoriale e strategie per lo sviluppo locale**
- **Design per lo sviluppo locale**
- **Branding management e brand design di un territorio**
- **Progettazione partecipata e strumenti di programmazione**

Il **project work** consisterà in un'esperienza progettuale concreta, svolta nel territorio della Val d'Agri in Basilicata, in collaborazione con alcuni enti locali.

Verterà su un tema individuato rispetto a criteri di attualità, rilevanza e significatività, così da consentire ai partecipanti lo sviluppo di un percorso progettuale coerente ed esauriente.

Il project work del 2009 sarà organizzato in due diversi momenti da svolgersi nel territorio della Val d'Agri: un primo momento, della durata di tre giorni, di conoscenza dei luoghi e di confronto con alcuni interlocutori locali (enti, istituzioni, stakeholders e imprese locali) e una settimana interamente dedicata al progetto con la presentazione dei risultati finali alla comunità locale.

Tra le due diverse fasi di lavoro sul posto, si svolgeranno a Milano alcuni moduli didattici dedicati alla sintesi critica di quanto rilevato in loco e all'impostazione degli obiettivi strategici del brief di progetto.

Il Corso si avvale di partnership volte ad arricchire la faculty di docenti e professionisti per garantire una formazione dall'alto profilo teorico e mettere a disposizione professionalità executive già attive nel settore.

L'avvio del corso è previsto per maggio 2009.

Comitato di direzione del Corso

Piorgiorgio Mangialardi, *destination management, Turismo RE*

Marina Parente, *design per lo sviluppo locale, Politecnico di Milano*

Francesco Zurlo, *design strategico, Politecnico di Milano*

Destinatari

Il Corso si rivolge a tre tipologie di utenti:

- Consulenti e professionisti nel campo dei processi di sviluppo locale e nel marketing territoriale
- Dipendenti di pubbliche amministrazioni o di enti per la promozione del territorio
- Architetti, designer, esperti della comunicazione che intendono approfondire le pratiche nel campo dello sviluppo territoriale.

Presentazione delle domande

L'ammissione al Corso, per un massimo di 20 iscritti, è subordinata alla valutazione del curriculum vitae.

I candidati dovranno inviare il proprio curriculum e una lettera di motivazione entro il 30 aprile 2009 a formazione@polidesign.net

Costi

Il contributo d'iscrizione per ogni partecipante è di 3000 euro + IVA (comprensivo delle spese di viaggio e di alloggio per il project work in Basilicata).

Sono previste riduzioni per:

Studenti Politecnico di Milano, studenti POLI.design, Soci AIAP e Touring Club Italiano.

Per i residenti in Basilicata la quota di iscrizione è dimezzata (sconto 50%) 1500 euro + iva.

Le lezioni si terranno presso POLI.design - Consorzio del Politecnico di Milano - Via Durando 38/a, Milano, mentre il project work si svolgerà in Val D'Agri in Basilicata presso la struttura agrituristica Il Querceto (<http://www.ilquerceto.it>) e in collaborazione con alcuni enti locali.



Nella prima edizione del corso il project work si è svolto a Ostuni in Puglia, in collaborazione con alcuni enti locali (APT di Brindisi e Assessorato al Turismo della Regione Puglia) e con alcuni esperti del settore. In una settimana di lavoro intenso sono state armonicamente conciliate escursioni in paesi fiabeschi e riserve naturali, il tutto rielaborato nella città bianca, dove una splendida masseria ha fatto da cornice durante le sessioni di progettazione. Una progettazione continuamente rimessa in gioco: l'esperienza formativa maggiore è stata data infatti dal continuo confronto con gli stakeholders locali, gli esperti, ma anche la popolazione e il territorio stesso. La scommessa del design è stata quindi non soltanto di esplorare il territorio, tradurlo in termini semplici, comprensibili e comunicativi in materia di costruzione del brand (naming - logo - brand identity), ma in primis di far percepire ai "protagonisti", coloro che respirano questo preciso contesto, le potenzialità di cui dispongono e soprattutto di identificarsi con esse. Il design inteso come processo di ricerca-azione ha fatto sì che la didattica traslasse in pratica sul campo, dapprima a livello "concept" per poi lasciare intravedere delle reali possibilità di dialogo a lungo termine: la consapevolezza e la motivazione degli attori locali riguardo le loro opportunità su cui far leva per la creazione di un sistema turistico locale e quindi per la valorizzazione del loro territorio.

Per vedere le altre foto:

<http://www.polidesign.net/bst/gallery.php>

Per informazioni

Ufficio Coordinamento Formazione
POLI.design – Consorzio del Politecnico di Milano

Via Durando, 38/a

20158 Milano

tel 02.2399.7208

fax 02.2399.7217

formazione@polidesign.net

www.polidesign.net/bst