



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TORINO

**MASTER DI I LIVELLO IN PROGETTAZIONE, COMUNICAZIONE E
MANAGEMENT DEL TURISMO CULTURALE**

Titolo della tesi: Il caso del MAO – Museo d’Arte Orientale

Autore: Vanessa Verdichizzi

Abstract

Il presente lavoro ha come obiettivo lo studio del turismo verso il MAO e in che modo convogliare il pubblico verso il Museo e migliorarne i risultati.

Inizialmente, sono state presentate le due tipologie di mansioni svolte e come si è proceduto per ottenere i risultati richiesti. Le mansioni richieste dal MAO sono due, definibili una principale, data la sua importanza, e una secondaria: rispettivamente mappare i turisti, per target e motivazioni, che li spingono a visitare il Piemonte e Torino, e creare dei percorsi turistici per invogliare target diversi o turisti di passaggio a visitare i tre musei della Fondazione Torino Musei, cioè il MAO – Museo d’Arte Orientale, la GAM – Galleria d’Arte Moderna e Palazzo Madama; la seconda riguarda creare uno *storytelling*, cioè partendo da un pezzo esposto all’interno del MAO, raccontare una storia che possa avvicinare il pubblico al museo, coinvolgendolo con aneddoti e curiosità sull’Oriente.

L’obiettivo dell’attività di mappatura era di avere una traccia, con cui lavorare, per capire che cosa spingesse i turisti a visitare la nostra città e la nostra Regione, cercando di comprendere i loro gusti, le loro abitudini. L’intenzione, quindi, potremmo dire che fosse quella di trasformarsi in sarti: identificando i gusti e i desideri, non ancora soddisfatti, dei turisti, sarebbe stato possibile cucire un’offerta turistica su misura. L’offerta, quindi, non deve piacere al pubblico: in quanto cucita, come un abito, su misura, è stata ideata per piacere a loro.

L’obiettivo dell’attività di *storytelling* è di creare un collegamento tra il visitatore e i pezzi esposti in museo e di avvicinare il pubblico al museo, facendogli scoprire curiosità e riferimenti culturali che potrebbero non trovare in museo, dato che si tratta di curiosità e riferimenti legati anche ad altri ambiti, come cinema, cibo, letteratura, eccetera. Lo scopo è, quindi, quello di incuriosire il pubblico al punto tale da voler approfondire i temi trattati online al museo. Si è puntato ad attrarre quanto più pubblico possibile, incuriosendolo con storie e aneddoti relativi alle culture rappresentate al MAO, curiosità che non capita tutti i giorni di scoprire.