



UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

PROGETTO FAR2 – FORMAZIONE ALLA RICERCA2

IL RUOLO DELL'IMPRENDITORIA VALDOSTANA NELLA DEFINIZIONE E COSTRUZIONE DELLA PLACE IDENTITY E NELLA PROMOZIONE DEL TURISMO CULTURALE

Elisa Piva

Responsabile scientifico: prof.ssa Anna Maria Pioletti

24 Maggio 2018

Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice
progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)





UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

Background del progetto

- La crescente competizione tra le destinazioni turistiche e l'evoluzione dei bisogni dei visitatori, sempre più alla ricerca di esperienze turistiche complesse e coinvolgenti, sono tra le principali ragioni sottese alla **crescente valenza strategica dei marchi territoriali nel turismo.**
- Oggi le destinazioni turistiche stanno infatti concentrando i loro sforzi di marketing sullo **sviluppo e posizionamento dei propri brand turistici** e sulla **comunicazione di una identità turistica univoca e riconoscibile.**

Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)



Unione europea





UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

Immagine e Identità turistica

- Nei processi di Destination Branding, l'immagine associata alla destinazione e l'identità della stessa sono due elementi cruciali per il successo del marchio turistico.

BRAND IDENTITY

THE WAY YOU
WANT
TOURISTS TO
PERCEIVE YOU

**Supply-side
perspective**

BRAND IMAGE

THE WAY THAT
TOURISTS
ACTUALLY
PERCEIVE YOU

**Demand-side
perspective**

**Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice
progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)**





UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

Obiettivi

- Il presente lavoro intende contribuire alla letteratura sul tema dell'identità di marca attraverso un caso studio regionale, la Valle d'Aosta.
- L'obiettivo è quello di esaminare il ruolo degli operatori dell'industria alberghiera nella promozione e nella comunicazione dell'identità valdostana.

Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)





UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

Il progetto di ricerca

- Le attività di ricerca sono svolte in collaborazione con Associazione degli Albergatori & Imprese Turistiche della Valle d'Aosta (ADAVA), Camera Valdostana - Chambre Valdôtaine, Assessorato Regionale Turismo, Sport, Commercio e Trasporti, Associazione Maestri di Sci.



Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)





Il progetto di ricerca

- È stata condotta un'analisi di tipo qualitativo attraverso l'utilizzo combinato di interviste semi-strutturate, dati secondari ed osservazione diretta.
- Il campione per le interviste è composto da 33 strutture ricettive, delegati del consiglio direttivo ADAVA. Il campione garantisce la piena rappresentatività delle tipologie di strutture ricettive, nonché la massima eterogeneità a livello di comprensori turistici.
- L'analisi qualitativa è svolta attraverso l'utilizzo del programma NVivo 11.



UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

Cronoprogramma

- **Settembre - Dicembre 2017:**
 - rassegna bibliografica sul tema del destination branding e della place identity
 - Studio delle politiche del turismo, della legislazione in materia turistica e dell'organizzazione turistica della Regione Valle D'Aosta
 - Analisi preliminare sullo stato dell'arte dell'industria dell'ospitalità valdostana
 - Presentazione del progetto di Ricerca alla IX RIUNIONE SCIENTIFICA SISTUR, Pistoia, 16-17 novembre 2017



Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)





UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

Cronoprogramma

■ Gennaio - Febbraio 2018:

- Analisi ed individuazione dei criteri per la selezione del campione da intervistare
- Selezione delle strutture ricettive da intervistare
- Raccolta dati secondari per l'elaborazione dell'intervista
- Elaborazione dell'intervista semi-strutturata



■ Marzo - Maggio 2018:

- Esecuzione delle interviste semi-strutturate
- Trascrizione completa delle interviste
- Analisi qualitativa delle interviste con il programma Nvivo 11

Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)





UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

Cronoprogramma

- **Giugno - Agosto 2018:**
 - Analisi qualitativa delle interviste con il programma Nvivo 11
 - Elaborazione dei risultati del progetto di ricerca
 - Elaborazione di una relazione di dettaglio per la diffusione dei risultati del progetto di ricerca, in occasione di convegni scientifici di settore
 - Produzione dei risultati da pubblicare su riviste nazionali e/o internazionali



Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)





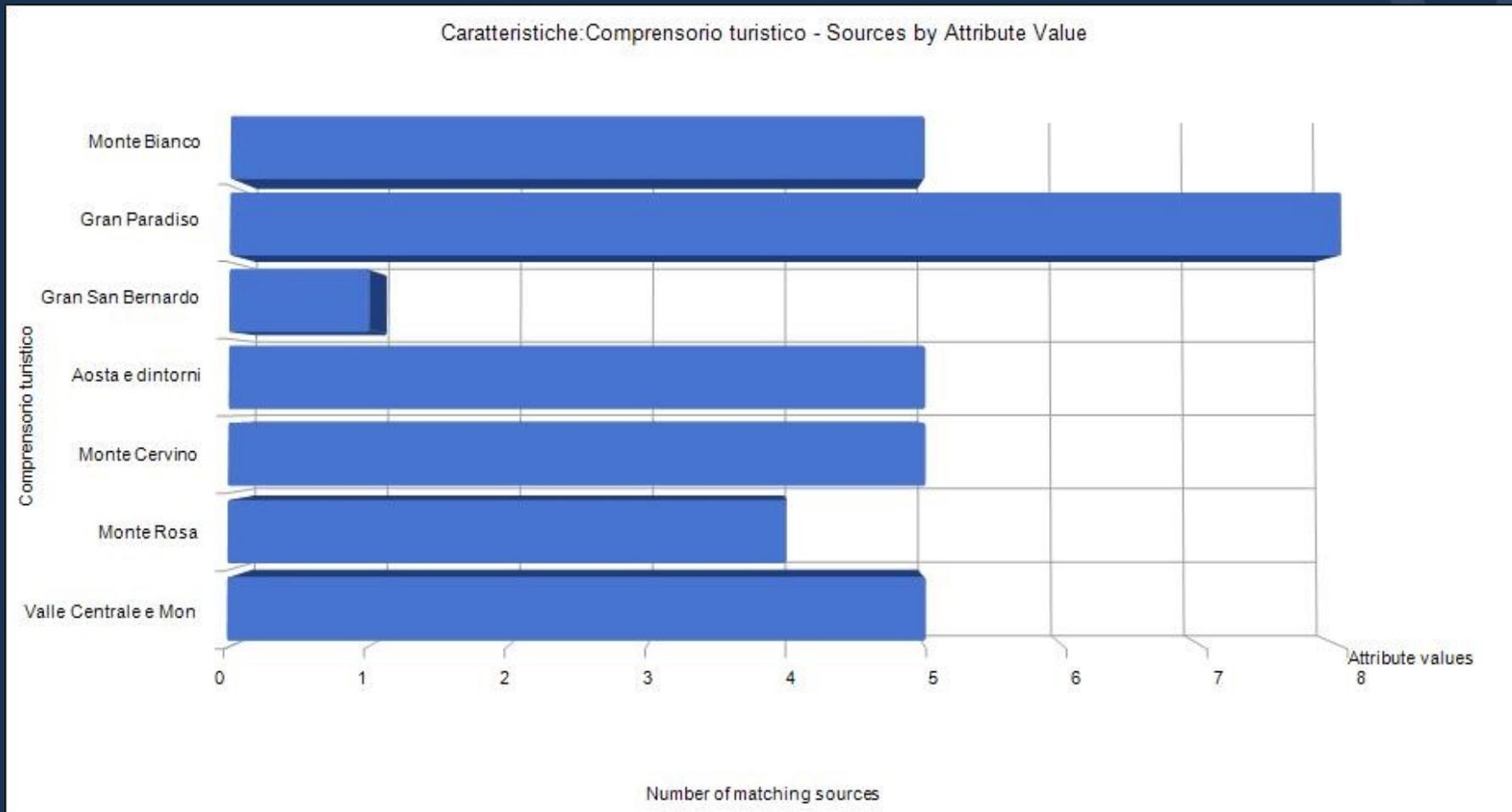
UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

Qualche riflessione preliminare...



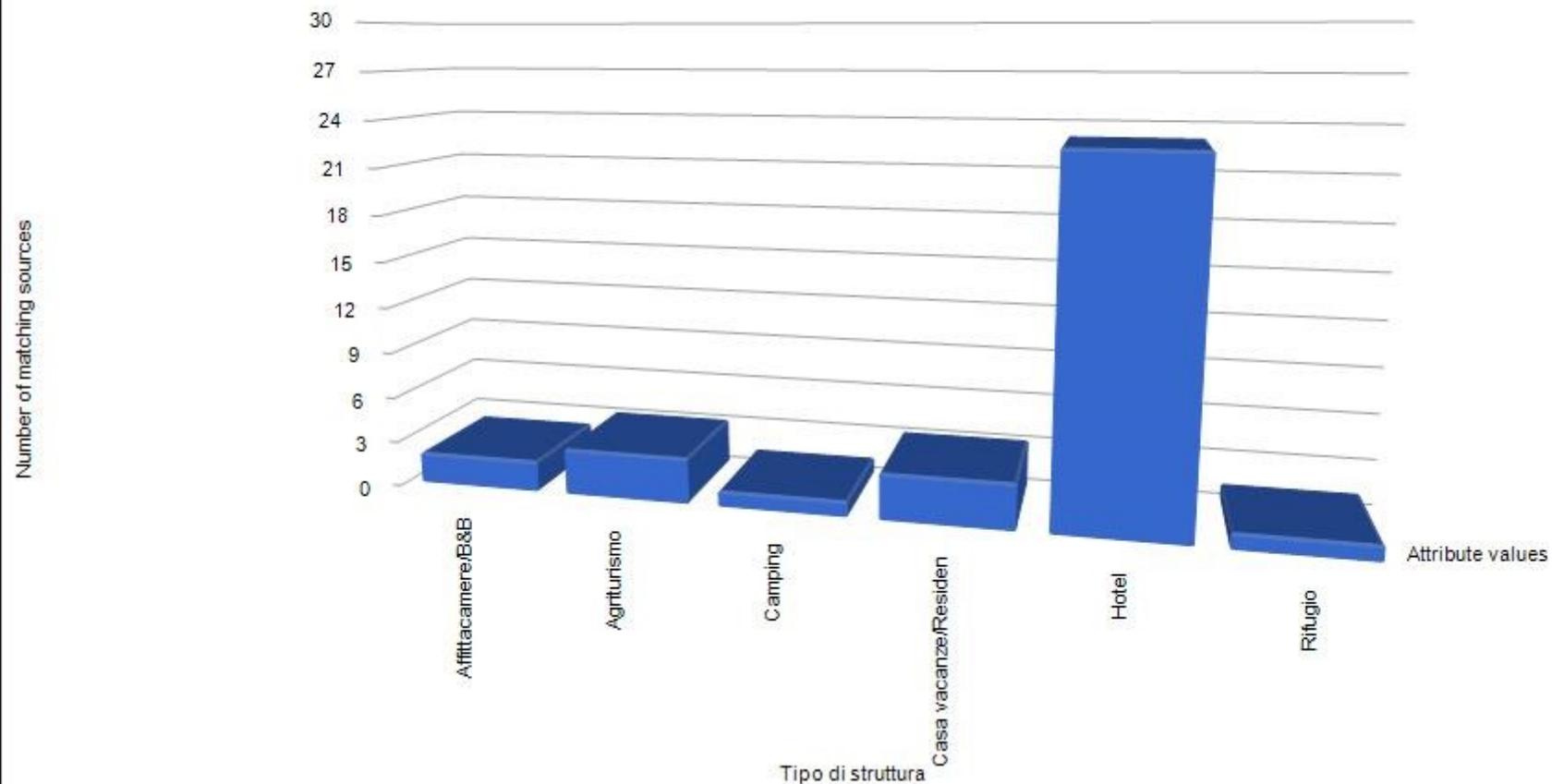
**Piano Giovani della Regione Autonoma Valle d'Aosta (Codice
progetto: 16/06AG100000FOR, CUP B66G17000130003)**





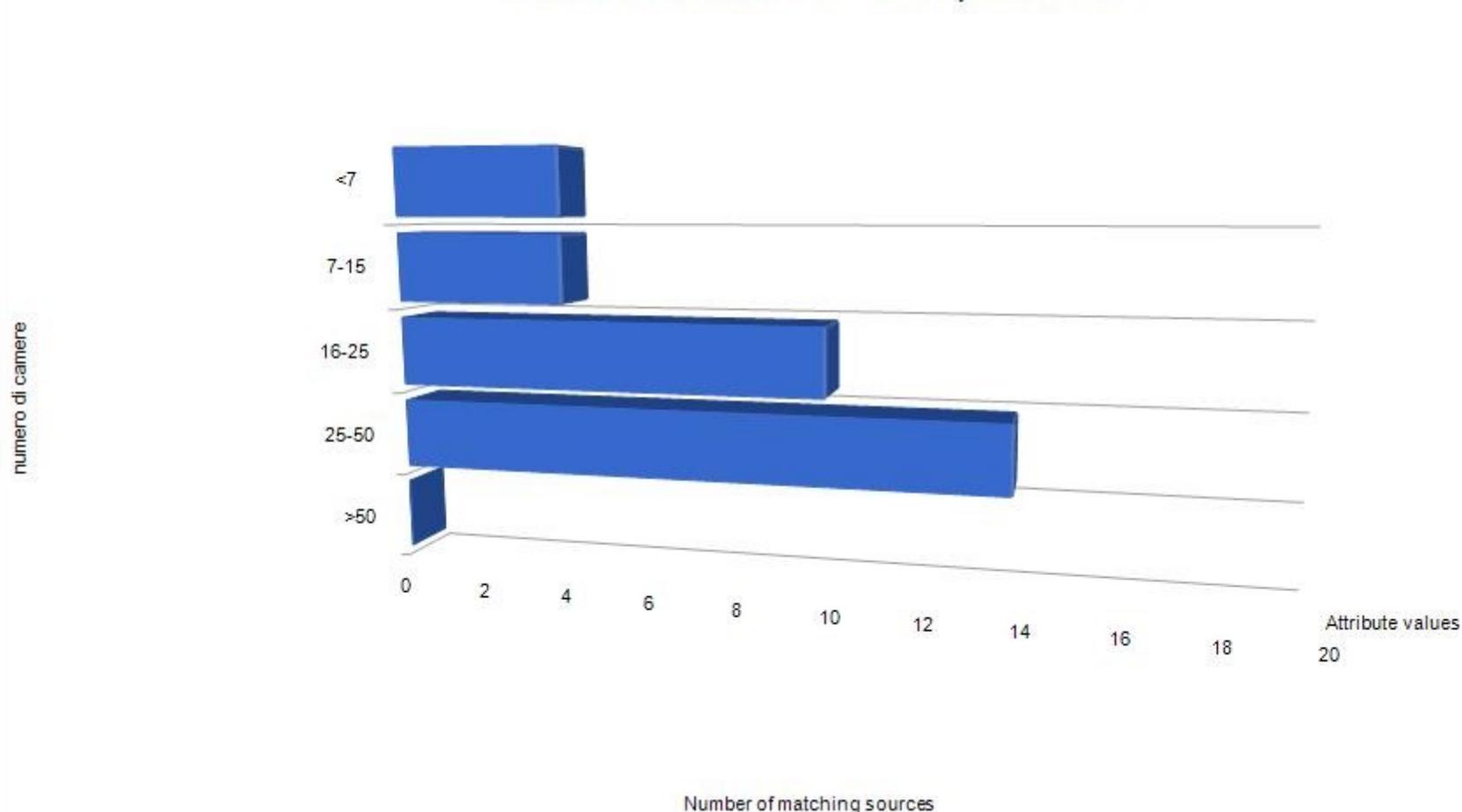


Caratteristiche:Tipo di struttura - Sources by Attribute Value



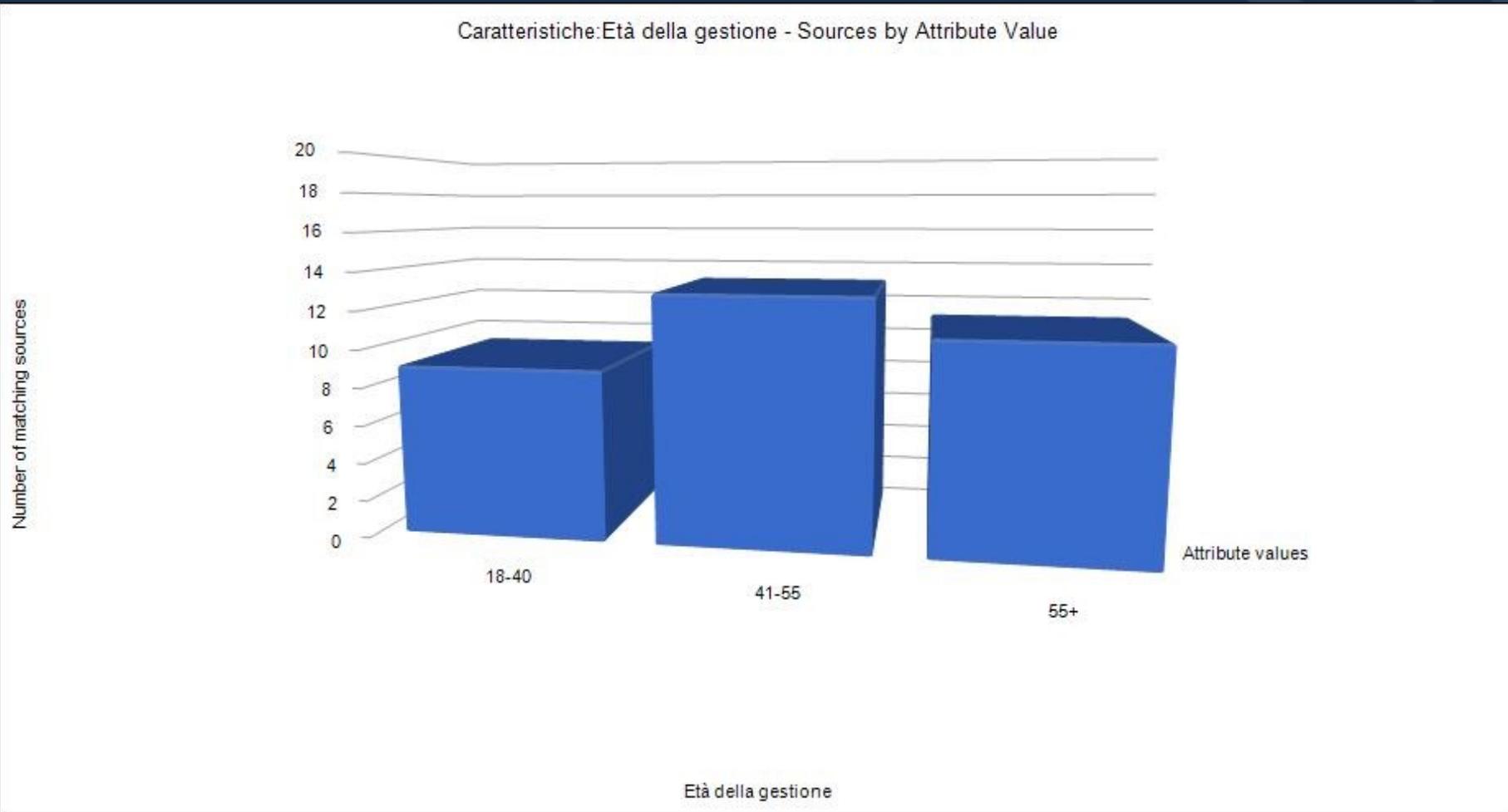


Caratteristiche:numero di camere - Sources by Attribute Value



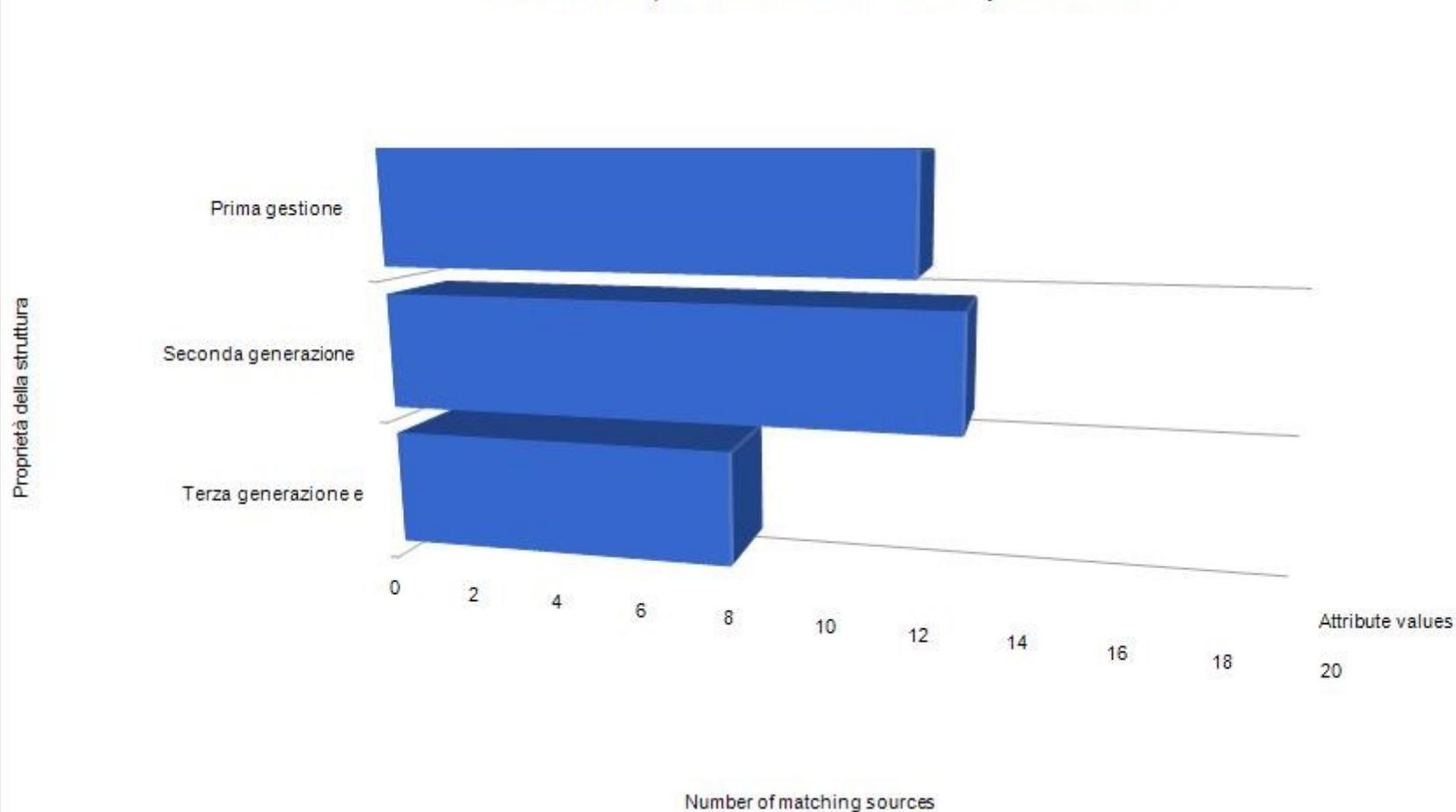


Caratteristiche: Età della gestione - Sources by Attribute Value





Caratteristiche: Proprietà della struttura - Sources by Attribute Value





UNIVERSITÀ DELLA VALLE D'AOSTA
UNIVERSITÉ DE LA VALLÉE D'AOSTE

*Il mio progetto preferito? Il prossimo.
(Frank Lloyd Wright)*

Grazie per l'attenzione!

e.piva@univda.it