

INDICE

<i>Introduzione</i>	p. IV
---------------------	-------

CAPITOLO PRIMO L'AZIENDA E LE SUE RELAZIONI

1.1	L'azienda nell'approccio sistemico.....	p.	1
1.2	Il <i>sistema azienda</i> e le sue relazioni con l'ambiente.....	p.	6
1.3	Le relazioni interaziendali: il quadro teorico.....	p.	9
1.3.1	Strutture e dinamiche delle aggregazioni aziendali.....	p.	15
1.3.2	Le reti: origini, tipologie e finalità.....	p.	18
1.4	Le relazioni interaziendali nel settore turistico.....	p.	29
1.4.1	Le caratteristiche dei sistemi turistici.....	p.	34
1.4.2	Le reti turistiche.....	p.	38
1.4.3	L'azienda <i>destination</i> : aspetti definatori e caratteri principali.....	p.	45

CAPITOLO SECONDO LE DESTINAZIONI TURISTICHE: INQUADRAMENTO CONCETTUALE E CARATTERISTICHE

2.1	La <i>destinazione turistica</i> : un inquadramento concettuale.....	p.	51
2.1.1	Il punto di vista della domanda.....	p.	54
2.1.2	Il punto di vista dell'offerta.....	p.	58
2.1.3	La prospettiva olistica.....	p.	63
2.2	Tipologie di destinazioni.....	p.	66
2.3	La rete di attori di una destinazione.....	p.	72
2.4	Modelli teorici di riferimento.....	p.	76
2.4.1	La destinazione turistica e la teoria dei sistemi.....	p.	77
2.4.2	La destinazione turistica e la <i>resource-based theory</i>	p.	81
2.4.3	La destinazione turistica e la teoria degli stakeholder.....	p.	84
2.4.4	La destinazione turistica e le teorie contrattualistiche.....	p.	88

CAPITOLO TERZO
LA VALORIZZAZIONE DELLA DESTINAZIONE TURISTICA
IN OTTICA INTEGRATA

3.1	<i>Governance</i> e percorsi di sviluppo delle destinazioni turistiche.....	p. 91
3.1.1	Le forme di governo: riferimenti teorici.....	p. 95
3.1.2	Le logiche di governo: assetti istituzionali.....	p. 103
3.2	Il concetto di <i>Destination Management</i>	p. 109
3.3	Il ruolo della <i>Destination Management Organization</i>	p. 113
3.3.1	Le attività fondamentali della <i>DMO</i>	p. 117
3.3.2	Le relazioni tra la <i>DMO</i> e gli stakeholder della destinazione.....	p. 121
3.3.3	La pianificazione strategica.....	p. 123
3.4	<i>Destination Management</i> e <i>Destination Image</i>	p. 129

CAPITOLO QUARTO
DESTINATION MANAGEMENT:
IL CASO DEL SISTEMA TURISTICO TERRITORIALE SALENTO

4.1	Introduzione.....	p. 135
4.2	Il quadro normativo nazionale di riferimento.....	p. 137
4.2.1	L'organizzazione turistica regionale.....	p. 140
4.3	Configurazione territoriale e caratteristiche del sistema di offerta della destinazione Salento.....	p. 142
4.3.1	Analisi dell'attrattività turistica dell'area.....	p. 145
4.3.2	Analisi dell'offerta ricettiva.....	p. 148
4.3.3	Analisi della domanda turistica.....	p. 155
4.4	Il caso del STT-Salento.....	p. 159
4.5	Il sistema delle risorse immateriali nella competitività della destinazione Salento.....	p. 163
	<i>Note conclusive</i>	p. 171
	<i>Bibliografia</i>	p. 178