



Universidad
de Alcalá



**Riqualificazione di quartieri storici a destinazioni turistiche
esperienziali. Importanza delle reti di collaborazione come strumento di
marketing esperienziale in questa riqualificazione.**

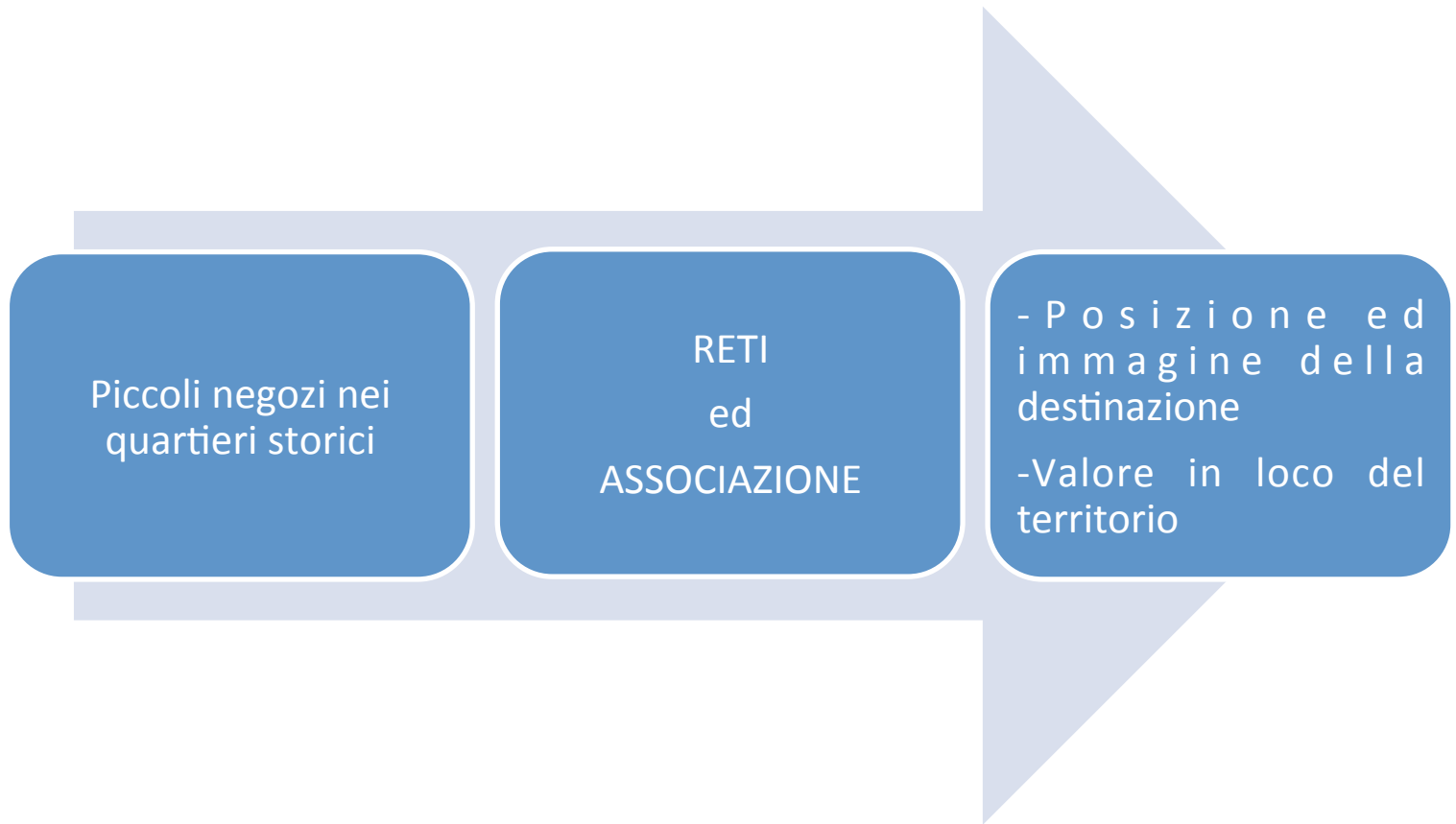
Caso del quartiere “Las Letras-Madrid” e “Italia- Santiago del Chile”.

Stefania Pareti (Universidad Alcalá de Henares, Spagna)

Blanca García Henche (Universidad Alcalá de Henares, Spagna)

Erica Salvaj (Universidad del Desarrollo, Chile)

INTRODUZIONE



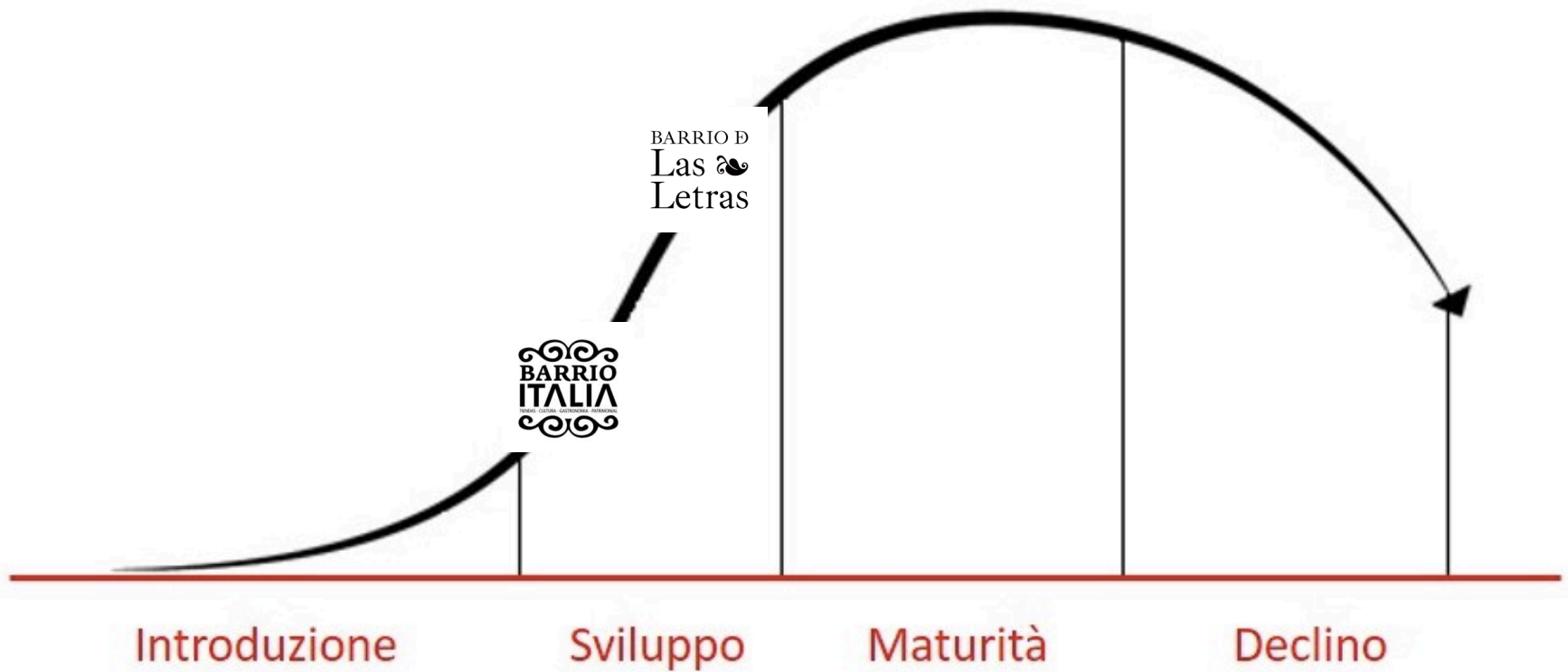
INTRODUZIONE



INTRODUZIONE

- **Marketing dell'esperienza** (Schmitt, 1999); (Jun Song, Lee, Park, Hwang & Reisinger, 2015).
- **Costruzione e sviluppo di immagine del brand nei quartieri storici** (Demirbag, Yurt, Guneri & Kurtulus, 2010).
- **Teoria di reti e analisi sistemico per comprendere le pratiche di cooperazione e associazione** (Crnovrsanin, Muelder, Faris, Felmlee & Ma, 2014).

INTRODUZIONE



INTRODUZIONE

QUARTIERE LAS LETRAS, SPAGNA

BARRIO D
Las 
Letras



INTRODUZIONE

QUARTIERE LAS LETRAS, SPAGNA



INTRODUZIONE

QUARTIERE LAS LETRAS, SPAGNA



INTRODUZIONE

QUARTIERE ITALIA, CILE



*Ambasciata d'Italia
Santiago*



INTRODUZIONE

QUARTIERE ITALIA, CILE



INTRODUZIONE

QUARTIERE ITALIA, CILE



OBIETTIVI



Spiegare la trasformazione e sviluppo di quartieri storici verso destinazioni turistiche.



Conoscere lo sviluppo di strategie di marketing dell'esperienza e di turismo culturale come fonte di differenziazione e di vantaggio competitivo.



Identificare la rete e le relazioni che esistono a Quariere Italia e Quartiere las Letras.



Generare analisi di caso comparativo.

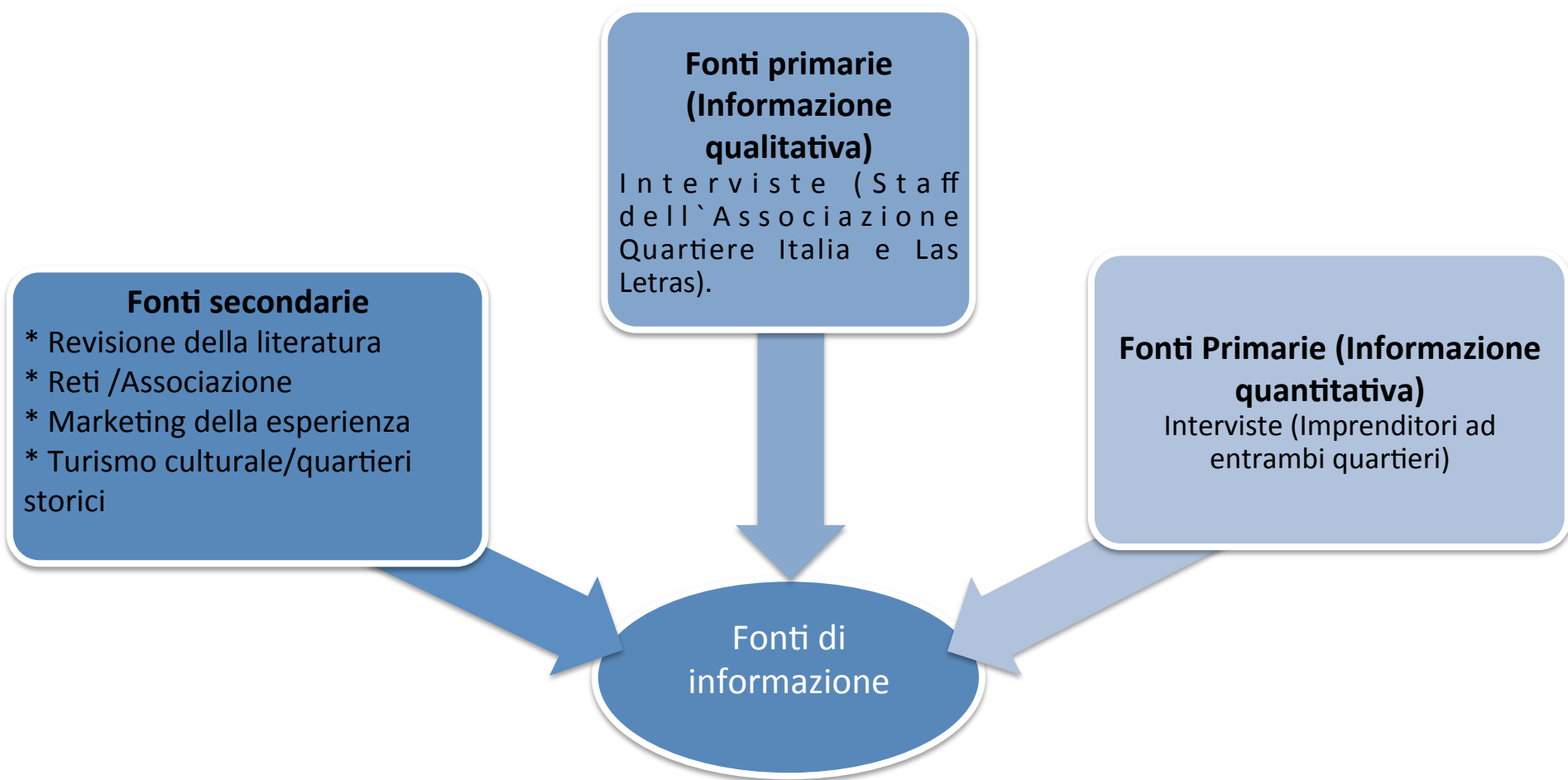


Generare conclusioni e un nuevo modello utilizzabile ad altri studi e casi.

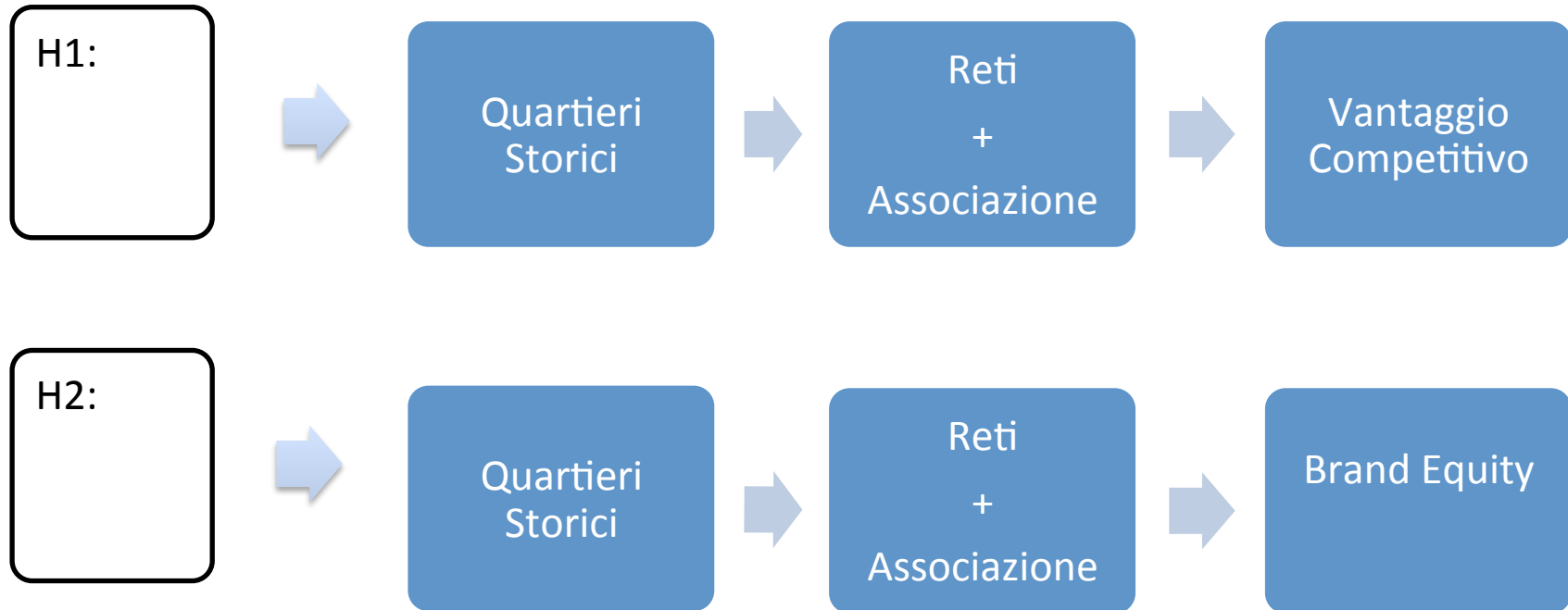
BARRIO D
Las 
Letras


**BARRIO
ITALIA**
TIENDAS · CULTURA · GASTRONOMIA · PATRIMONIAL


METODOLOGIA

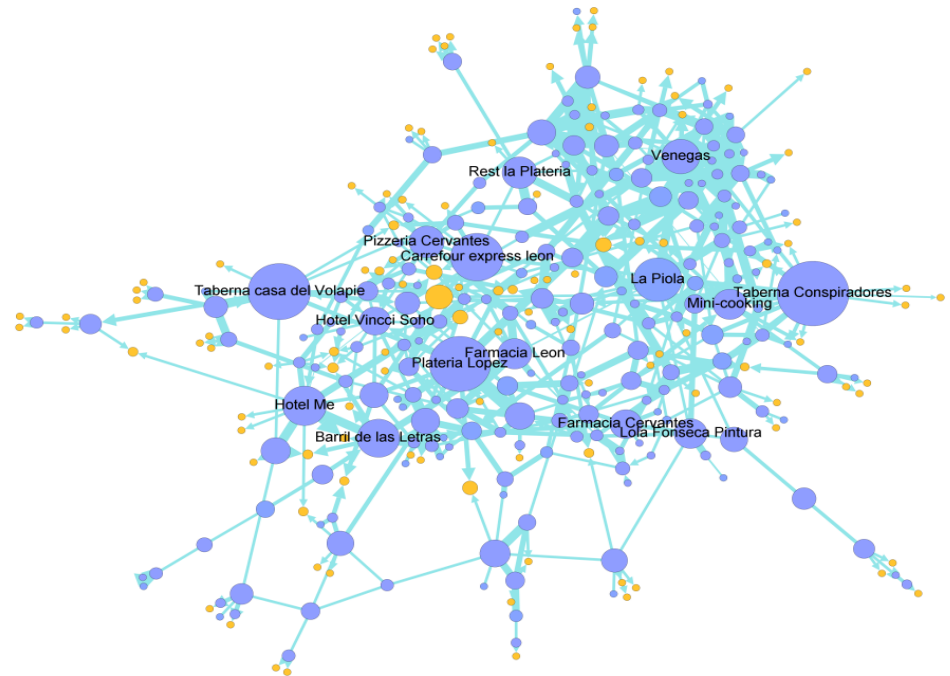
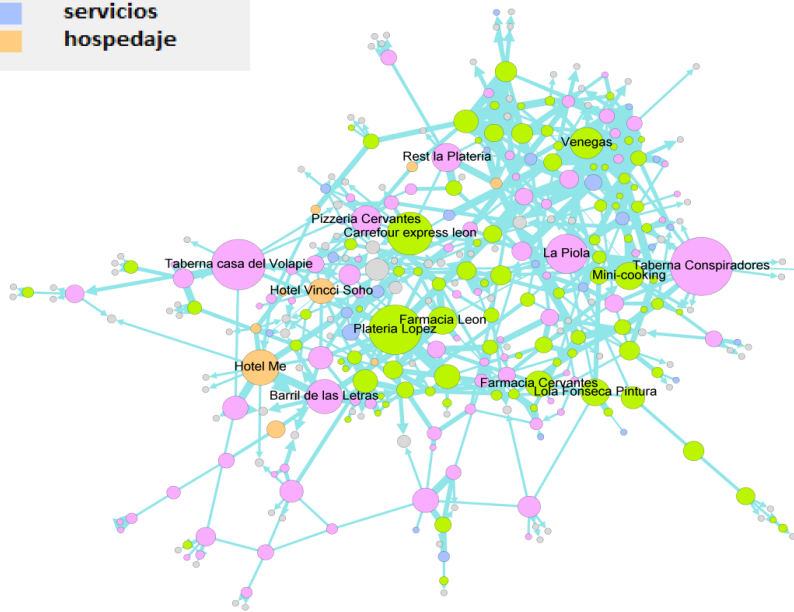
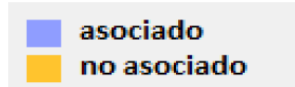
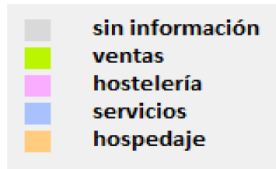


ANALISI e RISULTATI



ANALISI E RISULTATI

Caso: Quartiere Las Letras



Fonte: Propria elaborazione.

ANALISI e RISULTATI

Tipologia di Stabilimento	Percentuale di rappresentanza da ogni tipologia di stabilimento
Stabilimenti Commerciali	49%
Stabilimenti Gastronomici	36%
Servizi	11%
Servizi di Albergo	4%

Fonte: Propria elaborazione.

BARRIO D
Las 
Letras

Media di Lavoratori: 7

**Fashion e Vestiti
Arte
Antiquariato
Librerie**

ANALISI e RISULTATI

Tipologia di Stabilimento	Percentuale di rappresentanza da ogni tipologia di stabilimento
Stabilimenti Commerciali	78%
Istituzioni	18%
Servizi di Albergo	4%



Fonte: Propria elaborazione.

Media di lavoratori: 1 a 3

Alimentari
Fashion
Deco e design
Altri

DISCUSSIONE E CONCLUSIONE

- L'Associazione e le reti come vantaggio competitivo (Hallak, Brown & Lindshay, 2012). .
- Brand di città e Brand di Quartiere e Destinazione come una proposta di differenziazione al territorio (Kotler & Gertner, 2002) .
- Destinazioni turistiche (aspetti tangibili ed intangibili) che li rendono diverse e attrattivi (Lichrou, O'Malley & Patterson, 2008).
- Quartiere Italia e Quartiere las Letras si trovano a diverse fasi sul ciclo di vita dello sviluppo di prodotto turistico.

LIMITAZIONI E FUTURE LINEE DI RICERCA

- La ricerca solo è stato fatta su due quartieri storici.
- I dati sono volatili secondo il periodo (delta col nuovi entranti sul mercato).
- Si può spandire la ricerca sul punto di vista dei consumatori.
- Si può lavorare su ricerca futura ed espandere ad altre aree e tematiche le metodologie proposte.

GRAZIE

