

Indice

	Introduzione	11
	1.1 Un settore strategico, ben oltre l'eredità	11
	1.2 Il ruolo imprescindibile delle persone	13
1	Turismo e turisti	15
	1.1 Che cos'è il turismo?	15
	1.2 Nuovi trend della domanda turistica	17
	1.3 I fattori alla base del cambiamento della domanda	18
	1.4 Alcuni numeri	20
2	L'offerta turistica	23
	2.1 Una lunga storia	23
	2.2 Le componenti dell'offerta turistica	27
	2.3 Il ruolo dei trasporti	36
	2.4 Le strutture ricettive	38
	2.5 Classificazione e tipologie alberghiere	41
	2.6 Le catene alberghiere	43
	2.7 Le figure chiave e le principali operazioni di un hotel di medie dimensioni	44
	2.8 L'evoluzione dell'hôtellerie	51
	2.9 I protagonisti dell'intermediazione	60
3	Turismo e territorio	71
	3.1 Il territorio come parte fondamentale dell'equazione turistica	71
	3.2 Attrattività e competitività delle destinazioni turistiche	73
	3.3 Come competono le destinazioni turistiche?	75

3.4	La gestione integrata della destinazione: il destination management	78
3.5	Le DMO	81
3.6	I vantaggi della cooperazione	82
3.7	Immagine turistica e brand di destinazione	84
3.8	Comunicare le destinazioni turistiche	85
3.9	Percorsi e governance territoriale	94
3.10	L'osservatorio turistico	98
4	Turismo e cultura	102
4.1	Il turismo culturale	102
4.2	Il turismo creativo	105
4.3	Le sinergie e le frizioni che caratterizzano il rapporto fra turismo e cultura	106
5	Turismo, ambiente e sostenibilità	116
5.1	Alcuni principi condivisi	116
5.2	Le dimensioni della sostenibilità	117
5.3	La capacità di carico	123
5.4	I soggetti coinvolti nello sviluppo turistico sostenibile	124
6	Nuove tecnologie e turismo	127
6.1	Tecnologia, web e turismo	127
6.2	Dai CRS a internet passando per i GDS, come è cambiato il mercato turistico?	128
6.3	Nuove tecnologie e competitività	132
6.4	Internet, comunicazione e promozione	135
6.5	Determinanti di qualità per un sito web turistico	138
6.6	Interoperabilità, ovvero verso l'integrazione delle informazioni	141
6.7	Web 2.0 e travel 2.0	142
6.8	Strategie per il turismo al tempo del web 2.0	145
6.9	Le variabili della comunicazione web 2.0: lo storytelling	146

6.10	Le variabili della comunicazione web 2.0: l'online brand reputation	149
6.11	Gli strumenti del web 2.0: search engine optimization e real time search	152
6.12	Gli strumenti del web 2.0: i blog	154
6.13	Gli strumenti del web 2.0: i social media	155
6.14	Big data	157
6.15	Alcune note in sintesi	160

7 Sharing economy e turismo **163**

7.1	Che cosa si intende per sharing economy	163
7.2	I fattori che hanno favorito la nascita e lo sviluppo dell'economia collaborativa	168
7.3	I modelli di business prevalenti e le principali fonti di ricavo	171
7.4	La diffusione dei modelli dell'economia collaborativa nel turismo	172
7.5	I principali benefici	176
7.6	Le principali sfide	179

8 L'importanza della formazione **183**

8.1	Formazione e risorse umane per la competitività del turismo	183
8.2	Un nuovo approccio: professioni e sistemi professionali	185
8.3	Nuove opportunità	186

Bibliografia essenziale	189
--------------------------------	------------

Online



Glossario



Mettiti alla prova!