

# Indice

<b>Introduzione</b>	p. 5
---------------------	------

## **Capitolo 1 - Le caratteristiche delle aggregazioni aziendali**

1.1 - Le motivazioni che spingono ad aggregarsi	p. 7
---	------

1.2 - Le diverse tipologie di aggregazione aziendale	p. 9
--	------

1.3 - Le forme più diffuse di aggregazione aziendale	p. 10
--	-------

## **Capitolo 2 - Le caratteristiche delle aggregazioni aziendali nel settore turistico**

2.1 - Le caratteristiche del settore turistico, la filiera	p. 13
--	-------

2.1.1 - L'approccio da offerta	p. 13
--------------------------------	-------

2.1.2 - L'approccio da domanda	p. 15
--------------------------------	-------

2.2 - I percorsi di crescita delle imprese turistiche	p. 15
---	-------

2.2.1 - L'integrazione orizzontale	p. 15
------------------------------------	-------

2.2.2 - L'integrazione verticale	p. 18
----------------------------------	-------

2.2.3 - L'integrazione diagonale	p. 20
----------------------------------	-------

2.3 - Le principali forme di aggregazione nelle imprese alberghiere, nelle agenzie di viaggio e nei tour operator	p. 21
--	-------

2.4 - La rete locale di offerta turistica integrata	p. 22
---	-------

## **Capitolo 3 - Turismo esperienziale e offerta turistica integrata**

3.1 - Il passaggio da prodotto turistico globale a esperienza turistica	p. 25
---	-------

3.2 - Il teatro come modello di riferimento per la produzione turistica	p. 26
---	-------

3.3 - Gli attori dell'esperienza turistica	p. 28
--	-------

3.4 - Un'applicazione del metodo Tourist Experience Design al Consorzio  
Sa Perda E Iddocca: i primi possibili elementi di offerta esperienziale  
p. 29

**Conclusioni** p. 33

**Bibliografia e sitografia** p. 37

**Ringraziamenti** p. 41