



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

## Due progetti di ricerca

A. La configurazione dei marchi territoriali della Valle d'Aosta [Referente: RAVA - Assessorato turismo, sport, commercio e trasporti]

B. Occupabilità e competenze dei giovani lavoratori: analisi dei bisogni delle aziende valdostane [Referente: RAVA - Assessorato istruzione e cultura]

Assegnista di ricerca: Lorenzo Turci  
Responsabile scientifico: Prof. Chiara Mauri

Aosta - 27 aprile 2015





# A. La configurazione dei marchi territoriali della Valle d'Aosta





# 75 marchi territoriali censiti

Marchi	Sito	Marchio	Versione 1	Descrizione	Storia	Anno di nascita
Cervino	<a href="http://www.cervinia.it">http://www.cervinia.it</a>					
Cervino 2015	<a href="http://www.cervinia.it">http://www.cervinia.it</a>					

Marchi	Oggetto	Tema	Riferimento geografico preciso	Tipo Territorio	Tempo marchio	Riferimento a VDA	Tematico	Montagna
Cervino	Consorzio	Turismo	SI	Insieme di comuni	Sempre	SI	No	SI
Cervino 2015	Consorzio	Anniversario	SI	Montagna	Spot	SI	No	SI



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

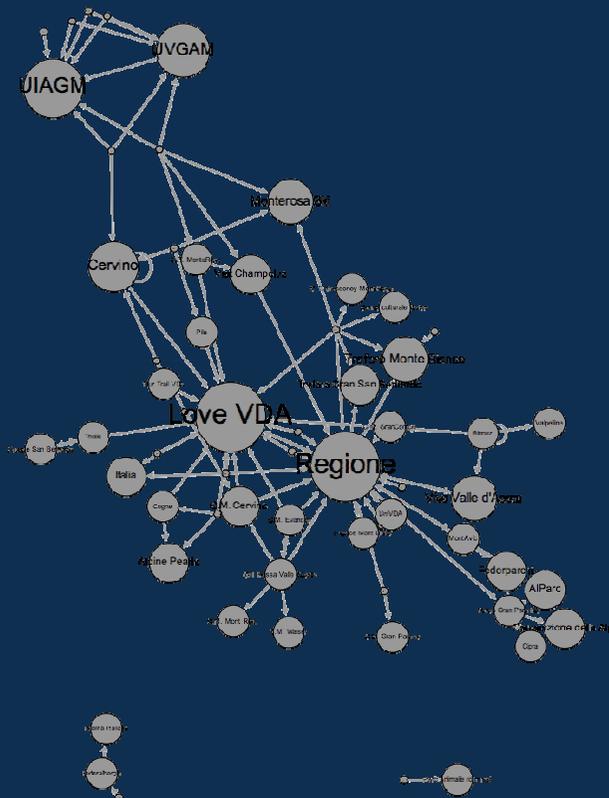
# Ricostruzione dei link tra marchi

Aosta - 27 aprile 2015





# Prima mappatura del network



- Centralità del marchio Love VDA
- Cluster tematici (e.g. parchi, comunità montane...)
- Numerosi marchi isolati



# Focus group: esempio di stimolo (7 stimoli)

Nome:.....

Scheda n. 5

Quale delle quattro alternative rappresentate qui sotto ti  
piace di più?



CERVINO  
CERVINIA - ZERMATT  
VALTOURNENCHE  
Valle d'Aosta  
Vallée d'Aoste



CERVINO  
CERVINIA - ZERMATT  
VALTOURNENCHE



Valle d'Aosta  
Vallée d'Aoste



Valle d'Aosta  
Vallée d'Aoste



CERVINO  
CERVINIA - ZERMATT  
VALTOURNENCHE



Valle d'Aosta  
Vallée d'Aoste



CERVINO  
CERVINIA - ZERMATT  
VALTOURNENCHE

Nessuna di queste: i marchi devono rimanere  
completamente separati

Focus Group n. 1



# Prossimi passi

Indagine quantitativa sulla  
conoscenza e sull'immagine di marchi  
territoriali e di Food & Beverage



Analisi dei dati raccolti



Stesura report finale



## B. Occupabilità e competenze dei giovani lavoratori: analisi dei bisogni delle aziende valdostane

Ricognizione della letteratura  
rilevante sul concetto di  
competenze linguistiche



Predisposizione di un questionario  
da rivolgere a tutte le aziende  
della VDA



Inoltro del questionario a un  
esperto accademico di competenze  
linguistiche e culturali



Richiesta a Confindustria, Chambre  
e ADAVA di un supporto nell'inoltro  
dei questionari agli associati



# Prossimi passi

Invio e  
raccolta dei  
questionari



Analisi dei  
dati



Stesura report  
finale