

Elisa Piva

Curriculum vitae

DATI ANAGRAFICI

Nata a Borgomanero (NO) il 6.5.1988
 Residente ad Arona (NO)
 Cellulare di servizio: +39 342 8507973
 Email: elisa.piva@uniupo.it

CURRICULUM VITAE ET STUDIORUM

Diplomata presso il Liceo scientifico Enrico Fermi di Arona (NO), laureata in Amministrazione e Gestione (Indirizzo: Promozione e Gestione del Turismo) presso l'Università degli Studi del Piemonte Orientale, è Dottoranda di Ricerca presso l'Università di Girona, Spagna e borsista presso l'Università del Piemonte Orientale. Si occupa in particolare di attività di ricerca e progettazione sui temi dello sviluppo turistico e territoriale, di Destination Management e di Destination Branding.

CARRIERA ACCADEMICA

2016 -	Dottoranda di Ricerca, Università di Girona, Spagna.
2016 -	Borsista, Università del Piemonte Orientale (referente: Stefania Cerutti)
2015 - 2016	Assegnista di Ricerca, Università del Piemonte Orientale (referente: Stefania Cerutti)
2013 - 2015	Assegnista di Ricerca, Università del Piemonte Orientale (referente: Cesare Emanuel)
2012	Attività di tutorato e aiuto alla didattica, Università del Piemonte Orientale

INCARICHI SCIENTIFICI

2016 -	Membro della Commissione Organizzativa, Commissione Scientifica della conferenza "International Religious Tourism and Pilgrimage Conference". Conference Coordinator della 9° edizione, Giugno 2017.
2015 -	Cofondatore, Membro della Commissione Organizzativa, Commissione Scientifica e Conference Coordinator della conferenza Global Management Perspectives International Annual Conference.
2015 -	Membro del gruppo di lavoro del progetto "Expert Workshop "Pilgrims in the digital age. Towards a map of the overlapping area among eTourism, eReligion, eLearning", Università della Svizzera Italiana, Lugano, Svizzera.
2013 -	Membro del Comitato Promotore Destinazione Turistica Alto Piemonte,

MODELLO A

	rappresentante UPO.
2013 -	Membro della segreteria organizzativa del progetto Scuola Estiva in "Project management nella valorizzazione delle risorse culturali ed enogastronomiche locali", Università del Piemonte Orientale

CAMPI DI INDAGINE DELLA RICERCA

1. Destination Management
2. Destination Branding
3. Project Management
4. Sviluppo Turistico Territoriale

TEMI CORRENTI DI RICERCA

1. Destinazioni Turistiche Regionali e Brand Identity

Sebbene negli ultimi anni grande attenzione sia stata dedicata ai concetti di Place Branding e Destination Branding, questo settore di ricerca è ancora agli albori e presenta diverse lacune che devono essere affrontate. Nonostante molti aspetti legati all'immagine delle destinazioni turistiche e il punto di vista della domanda siano stati ampiamente analizzati, poco lavoro empirico è invece stato intrapreso sul lato dell'offerta. Inoltre, alcuni studi rivelano che la maggior parte delle ricerche sui temi del Place Branding siano correlati a nazioni, mentre i casi di studio a livello regionale e sub-regionale restino molto limitati.

2. Il Branding di una Destinazione Turistica attraverso Eventi e Manifestazioni Culturali: il punto di vista dei Visitatori.

Negli ultimi anni, gli eventi culturali sono diventati una componente significativa nell'ambito delle strategie di Destination Branding di un luogo. I territori utilizzano sempre più gli eventi e i festival culturali per valorizzare la loro immagine, per promuovere lo sviluppo locale del turismo e per sviluppare il proprio marchio. Poiché un marchio di destinazione rappresenta un'interazione dinamica tra i core assets della destinazione e il modo in cui i potenziali visitatori li percepiscono, la prospettiva dei visitatori è dunque considerata fondamentale per innescare processi ottimali di Destination Branding e necessita ulteriori approfondimenti.

3. Il Ruolo dei Feedback dei Turisti nella Valorizzazione delle Destinazioni Turistiche Religiose

Le recensioni di viaggio online hanno acquisito una sempre più crescente importanza negli ultimi anni, tanto da ricoprire oggi un ruolo strategico nella gestione delle destinazioni turistiche. I turisti condividono le loro esperienze prevalentemente utilizzando il web, pubblicando commenti e opinioni sui social network e su piattaforme turistiche dedicate. Le mete religiose dovrebbero quindi tenere conto di questi feedback, adattando la propria offerta in base alle esigenze espresse dai visitatori.

4. Eventi Religiosi And Event Management

Religione e Spiritualità sono oggi motivazioni comuni per viaggi ed esperienze, e molte delle principali destinazioni turistiche religiose si sono sviluppate in gran parte a causa dei loro legami con persone, luoghi ed eventi sacri. Parallelamente ai grandi eventi di rilevanza internazionale, vi è stata recentemente una forte crescita negli eventi locali o di nicchia. In questa prospettiva, la ricerca si concentra sul management di eventi religiosi di piccole e medie dimensioni e mira a dimostrare la necessità di un approccio di gestione strutturato al fine di poter raggiungere gli obiettivi di sviluppo turistico locale.

PROGETTI FINANZIATI IN CORSO

BANDO	TITOLO DEL PROGETTO
Bando Fondazione C.R.T. 2016	<p>SCUOLA ESTIVA - <u>“Project management nella valorizzazione delle risorse culturali ed enogastronomiche locali”</u></p> <p>È organizzata dal Dipartimento di Studi per l’Economia e l’Impresa di Novara in collaborazione con la Fondazione Cesare Pavese di S. Stefano Belbo (At) e l’Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo (Cn) con il contributo della Fondazione Cassa di Risparmio di Torino.</p> <p>Il progetto ha l’obiettivo di fornire ai venti studenti vincitori del bando le competenze e gli strumenti analitici, tecnici, operativi e gestionali che permettono l’allestimento e la valorizzazione turistica delle filiere enogastronomiche locali e regionali.</p>
Bando Cariplo 2015	<p>SACRE TOUR – <u>“Integrazione dell’offerta culturale e turistica per la valorizzazione delle risorse religiose nel Cusio”</u></p> <p>Il progetto ha come finalità la valorizzazione di una risorsa culturale di grande pregio, localizzata nel Comune di Armeno (NO), attraverso l’inserimento in una proposta culturale e turistica a tema religioso. Per affrontare la crescente competizione internazionale, ma anche le opportunità offerte dai nuovi mercati, il progetto si prefigge di allestire un’offerta molto specializzata e di grande qualità, al fine di attrarre nuova domanda turistica.</p>
POR FESR 2007/2013 Regione Piemonte	<p>PITAGORA – <u>“Piattaforma interoperabile tecnologica per l’acquisizione, la gestione e l’organizzazione dei dati ambientali”</u></p> <p>www.progettopitagora.it/</p> <p>Il progetto Pitagora si svolge all'interno del territorio regionale compreso nel bacino del Lago Maggiore e del Lago d'Orta e coinvolge la Pubblica Amministrazione, gli Enti, le imprese, le associazioni e le comunità locali. Sulla base della nozione di ILBM (Integrated Lake Basin Management), Pitagora propone, in un unico sistema e su di</p>

MODELLO A

	un'unica piattaforma, la raccolta e la sintesi di tutti i dati utili per attuare iniziative di corretta gestione della risorsa idrica, di prevenzione delle emergenze, di informazione ecologica, ambientale e di valorizzazione turistico-ricreativa.
--	--

LE CINQUE PUBBLICAZIONI PIÙ SIGNIFICATIVE DELLA CARRIERA

1. Cerutti S and Piva E (2016) The Role of Tourists' Feedback in the Enhancement of Religious Tourism Destinations, *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, Vol. 4: Iss. 3, Article 4, 5-16.
2. Cerutti S, Piva E (2015) Tourism planning and local development: innovative projects in food and tourism in Adamo F. (ed) *Annali del turismo 2015, Geoprogress Journal*, Vol. 4 (1), 39-51.
3. Cerutti S, Piva E (2015) Il Sistema turistico/territoriale del bacino del Lago d'Orta in Candiotta R, *Sistemi di governance dei bacini lacustri basati su piattaforme tecnologiche. Il progetto PITAGORA*. Giappichelli: Torino.
4. Cerutti S, Piva E (2015), Religious Events And Event Management: An Opportunity for Local Tourism Development, *International Journal Of Religious Tourism And Pilgrimage*, vol. 3, 54-65.
5. Cerutti S, Piva E (2014) Gli eventi religiosi come leva di sviluppo turistico territoriale, *Ambiente Società Territorio - Geografia nelle Scuole*, n° 6, 20-25.