

Politecnico di Torino, COREP

Master universitario di II livello in Real Estate: Pianificazione Territoriale e Mercato Immobiliare
XIV Edizione – Anno Accademico 2008-09

Tesi di Master:

Analisi critica sulla trasformazione dell'area "Macrico" di Caserta: progetti/prospettive di sviluppo.
Le esigenze della cittadinanza in uno studio di marketing territoriale e immobiliare.

Autore: Andrea Piccirillo

ABSTRACT

Italiano

Il caso studio affrontato vuole rappresentare un percorso metodologico corretto e una simulazione di strumenti applicativi evinti da differenti discipline, tra cui quella del marketing territoriale, da adottarsi nella fase istruttoria di supporto alle decisioni in contesti di conflittualità o complessi. L'area oggetto dello studio è l'ex-Macrico della città di Caserta, un caso classico visto che si tratta di un area dismessa al centro di una città così vissuta e densa come la "provincia di terra di lavoro", al centro di molteplici interessi. La tesi è strutturata in cinque capitoli con una parte introduttiva che descrive la missione aziendale della società in cui è stato svolto lo stage ed una premessa al caso studio affrontato. Il primo capitolo consta di una parte di inquadramento territoriale e di descrizione delle coordinate storiche e generali dell'area fondamentali e propedeutiche a tutto lo studio. Nel capitolo due è descritta in maniera dettagliata l'area e le sue peculiarità. Il capitolo tre affronta in maniera cronologica il processo decisionale dal 2000 ad oggi. Il terzo capitolo introduce all'analisi socio demografica dell'area e fa da base per la successiva analisi SWOT e la valutazione dei punti di forza e di debolezza dell'intero sistema Caserta. L'ultimo capitolo è incentrato sulle speranze e aspettative degli abitanti di terra di lavoro, e sull'analisi dei dati ottenuti dalla somministrazione di un questionario alla cittadinanza.

Inglese

The case study means to represent a methodological path and operative reference tools, inferred from different disciplines, mainly from territorial marketing, to use in the decision process and in complex situations. The area under study is the ex-Macrico in Caserta, a classic case because it is an abandoned area in the centre of an important city in southern Italy in the region of Campania. The thesis is organized into five chapters with an introduction that describes the mission of the company where the stage took place and the case study. The first chapter consists of the historical description of the territorial development to use in the next study step. The second one describes the ex-Macrico area and its distinctive features. Chapter three describes the decision process from 2000 until now. The fourth chapter introduces the socio-demographic analysis and the following SWOT analysis. The final chapter focuses on the inhabitants' expectations and finally studies a questionnaire's results given to citizens from administration.