

## **ABSTRACT ITALIANO**

Il lavoro di ricerca affronta il tema delle smart city quale evoluzione del marketing territoriale, con l'intento di comprenderne le specificità e descriverne il ruolo entro il processo di valorizzazione dei territori. Particolare attenzione è posta alla dimensione urbana ed all'idea di marketing orientato allo sviluppo delle città intelligenti quale centro di sviluppo di innovazione, conoscenza diffusa ed economia relazionale quali basi valoriali a garanzia della qualità della vita dei cittadini e punto necessario di partenza per la competitività dei contesti urbani.

Il primo capitolo si incentra su un'analisi della letteratura inerente il Marketing Territoriale, con focus sul percorso che muove attraverso le numerose teorie del marketing (relazionale, dei servizi, industriale, ecc..), proiettando elementi essenziali alla composizione del puzzle che definisce il marketing del territorio, i suoi possibili mix operativi, fino a giungere al concetto di Smart marketing territoriale.

Nel secondo capitolo si osserva il tema della smart city quale momento di evoluzione del marketing territoriale con focus sull'insieme organico di fattori che impattano sullo sviluppo di una città smart quali l'infrastrutturazione materiale e tecnologica sia *hard* che *soft* (connettività, piattaforme abilitanti, sensoristica, servizi, IOT), la componente umana (competenze digitali, rete di conoscenze), gli aspetti inerenti la partecipazione (capitale intellettuale e sociale).

Il terzo capitolo affronta il tema degli *Ecosistemi Smart* e della loro classificazione, concentrando l'analisi sui diversi domini che rappresentano le principali aree di indagine al fine di misurare il grado di *smartness* di un territorio e da cui partire per lo sviluppo di una smart economy, ponendo l'attenzione sull'importante aspetto della misurazione e degli indicatori di dominio.

Il quarto capitolo indaga i possibili modelli di evoluzione della Smart city, preconizzando le diverse fasi di sviluppo della stessa in tutte le sue componenti (infrastrutture, attori, capitale umano), al fine di identificare una metodologia comune di analisi del fenomeno ed una griglia interpretativa da applicare empiricamente a casi concreti di sviluppo locale.

Il quinto capitolo si focalizza sul caso "Matera 2019 Capitale Europea della Cultura", applicando gli strumenti metodologici sviluppati con il fine di verificare se il progetto di sviluppo realizzato potesse essere riconducibile al paradigma Smart. Si è indagato, a tal proposito, su *governance* di processo, strategie, grado di coinvolgimento degli attori, ecc..., il tutto al fine di appurare l'esistenza o meno di una logica di sviluppo Smart, per poi applicare la matrice evolutiva delle smart-city al fine di riscontrare lo stadio di sviluppo del progetto. Infine, si è provato a dare qualche suggerimento a sostegno di un processo di sviluppo in-progress con l'obiettivo di favorirne efficacia ed efficienza garantendo, al contempo, adeguata attenzione alla *smart maintenance*.