

Titolo della tesi: **Il Manager d'Area e i profili di governance del marketing territoriale a Barriera di Milano – Il caso dei Business Improvement Districts**

Autore: Dario Valerio

Abstract

La Città di Torino sta introducendo anche a Barriera di Milano, attraverso il programma di rigenerazione Urban, interventi di rinforzo e coordinamento delle capacità gestionali delle piccole imprese, in vista dell'implementazione co-finanziata e gestita attraverso forme di partenariato pubblico-privato, di politiche di *marketing territoriale*. La sperimentazione del Manager d'Area, una task force professionale che avrà il compito portare a termine la formazione e assistere la preparazione di un *marketing plan* del territorio, necessita quindi di un benchmarking internazionale il più esteso e approfondito possibile, specialmente per il periodo successivo al Programma Urban. L'obiettivo di questa tesi è quello di presentare un quadro della situazione, dettagliato e basato su dati attendibili, in merito alla diffusione dei Business Improvement Districts nel mondo anglosassone ed europeo, cercando di isolare gli aspetti salienti della loro *governance* e di determinare modelli differenti di gestione del partenariato pubblico-privato finalizzato al *marketing territoriale*. Sulla base di questa ricostruzione, vengono infine meglio definiti alcuni elementi da prendere in considerazione per il radicamento dello strumento sul lungo periodo, come la partecipazione, i possibili incentivi all'autofinanziamento, i diversi assetti societari e/o la rete di attori e relazioni, la gamma dei servizi offerti.