



La globalizzazione non solo ha favorito un mutamento socio-economico, culturale e degli stili di vita quotidiani nel mondo occidentale, ma si è riverberata anche sul modo con cui città, regioni e nazioni interpretano le proprie politiche di sviluppo turistico. In un mondo in cui la mobilità globale di persone, idee, informazioni e beni costituisce l'elemento più lampante dell'umanità post-moderna, cultura ed eccellenze locali vengono utilizzate dai governi per comunicare un territorio e renderlo attrattivo, facilitando l'arrivo di turisti, consumatori e investitori. La diffusa applicazione di un paradigma di sviluppo basato sulla massimizzazione dell'attrattività locale, attraverso politiche di marketing territoriale, mostra una tensione delle agende politiche a rivolgere l'attenzione verso l'esterno, mettendo in secondo piano la necessità di trovare un equilibrio con la società interna. Ma la scarsa consapevolezza della complessità multidimensionale dei fattori in gioco e l'eccessiva fiducia data a questo modo di intendere la governance locale, può infatti ingenerare effetti distorsivi nel contesto locale, dando luogo a costi sociali, conflitti e minore qualità della vita.

Questo volume vuole offrire una prospettiva critica sociologica all'uso degli eventi per la promozione turistica di un territorio, enfatizzando l'importanza di governare il fragile equilibrio tra forze espansive dirette all'esterno e controllo delle ricadute al suo interno. Il libro compie un percorso che a partire dall'analisi della natura dei luoghi, passa attraverso la presentazione dei concetti di governo territoriale, attrattività, place branding, eventi e turismo ad esso associato, soffermandosi da un lato sugli aspetti critici che la retorica della "brandizzazione" dei luoghi porta con sé e dall'altro lato ipotizzando possibili miglioramenti per indirizzare tali politiche verso una forma più sostenibile e attenta alle esigenze locali. Per la natura introduttiva e generale della trattazione che lega luoghi, eventi e turismo, il volume si rivolge sia ad una platea di universitari che di *policy makers* ed operatori del settore.

DATI BIBLIOGRAFICI

Autore: Luca Bottini

Editore: Ledizioni

Pubblicato nel: gennaio 2022

Formato: brossura, 112 p.

ISBN: 9788855266253

Prezzo: 18,00 €

DISPONIBILE SU

