

Indice

Introduzione	3
1. Approcci, modelli e spazi del turismo urbano: dalla territorialità alla relazionalità	11
1.1. Turismo urbano e urbanesimo globale: la prospettiva territoriale, p. 11 - 1.2. Turismo urbano e urbanesimo globale: verso una prospettiva relazionale, p. 18 - 1.2.1. Verso una nuova political economy del turismo urbano, p. 20	
2. Immaginari territoriali, <i>city branding</i> e turismo urbano	25
2.1. Immaginari turistici e rappresentazioni urbane, p. 25 - 2.2. Concetti e approcci di branding territoriale, p. 29 - 2.3. Il brand come strumento di competizione urbana, p. 31 - 2.4. <i>City branding</i> : senso dei luoghi e identità territoriale, p. 34 - 2.5. <i>City branding</i> come network sociale e semantico, p. 36 - 2.6. La relazionalità delle politiche di <i>city branding</i> , p. 38 - 2.7. Strategie discorsive e modelli universali, p. 42 - 2.7.1. La città culturale e creativa, p. 43 - 2.7.2. La città sostenibile, p. 48 - 2.7.3. La città smart, p. 52	
3. Turismo culturale urbano: pratiche, spazi ed eventi	59
3.1. Nascita ed evoluzione del turismo culturale urbano, p. 59 - 3.2. Patrimonio culturale e città storico-artistica, p. 63 - 3.3. Il turismo nella città culturale, post-moderna e post-industriale, p. 73 - 3.3.1. Patrimonio industriale, <i>waterfront</i> rigenerati e architetture iconiche, p. 74 - 3.3.2. Città vetrina e turismo dello shopping, p. 78 - 3.3.3. Città multiculturale e turismo etnico, p. 82 - 3.4. Città-evento: eventi, festival ed eredità urbana, p. 85 - 3.4.1. Eventi, festival e musica elettronica, p. 90 - 3.4.2. Grandi eventi culturali: il caso della Capitale Europea della Cultura, p. 95 - 3.4.3. L'eredità turistica dei megaeventi globali: il caso dei Giochi olimpici, p. 99	

4. Il nuovo turismo urbano tra creatività, tecnologie e sostenibilità	108
4.1. Il nuovo turismo urbano tra spazi ordinari e piattaforme di economia collaborativa: l'effetto Airbnb, p. 109 - 4.1.1. De-differenziazione e migranti temporanei: la mobilità studentesca, p. 115 - 4.1.2. De-differenziazione tra spazi turistici e ordinari: <i>slum tourism</i> e <i>neo-slumming</i> , p. 119 - 4.2. Turismo urbano e creatività, p. 123 - 4.2.1. Portali web, reti e spazi di turismo creativo, p. 131 - 4.2.2. La festivalizzazione della creatività: festival boutique ed eventi off, p. 133 - 4.3. Turismo urbano e tecnologie, p. 137 - 4.3.1. <i>Smart tourism</i> e destinazione intelligente, p. 138 - 4.3.2. I modelli globali e la Capitale Europea del Turismo Intelligente, p. 144 - 4.4. Turismo urbano e sostenibilità, p. 149 - 4.4.1. (In)sostenibilità del turismo urbano: capacità di carico e <i>overtourism</i> , p. 156 - 4.4.2. Politiche e pratiche di turismo sostenibile nelle città <i>green, slow</i> e <i>inclusive</i> , p. 165 - 4.4.3. Turismo urbano nell'era post-Covid tra resilienza e innovazione, p. 175	
Conclusioni	182
Bibliografia	189