

# INDICE

## INTRODUZIONE

|  |             |
|--|-------------|
| <b>Un'ipotesi di valorizzazione culturale<br/>del territorio – Gisella Cortesi .....</b> | <b>p. 7</b> |
|--|-------------|

## CAPITOLO 1

|   |             |
|---|-------------|
| <b>La cultura, risorsa economica e territoriale<br/>da valorizzare – Gisella Cortesi, Michela Lazzeroni .....</b> | <b>» 13</b> |
| 1.1. Uno sguardo alla letteratura sulla <i>cultural economy</i> .....   | » 13        |
| 1.2. L'approccio territoriale all'economia della cultura .....  | » 15        |
| 1.3. La cultura come fattore di sviluppo territoriale.....  | » 18        |

## CAPITOLO 2

|   |             |
|---|-------------|
| <b>Musica e territorio – Elena Izis .....</b>   | <b>» 21</b> |
| 2.1. Il <i>soundscape</i> : un nuovo approccio alla lettura del territorio.....                 | » 21        |
| 2.2. Le relazioni tra suono e luogo: l'identificazione<br>del <i>genius loci</i> musicale ..... | » 30        |
| 2.3. Gli eventi musicali .....  | » 34        |
| 2.4. I luoghi della musica.....   | » 37        |

## CAPITOLO 3

|   |             |
|---|-------------|
| <b>Musica e luoghi in Giacomo Puccini – Elena Izis .....</b>          | <b>» 53</b> |
| 3.1. Il <i>genius loci</i> e la musica pucciniana.....                | » 53        |
| 3.2. I luoghi nelle opere .....                                       | » 63        |
| 3.3. I luoghi pucciniani: tracce materiali e luoghi del vissuto ..... | » 72        |

**CAPITOLO 4**

|   |    |
|---|----|
| <b>La valorizzazione del patrimonio pucciniano: alcune proposte di marketing territoriale – Nicola Bellini, Michela Lazzeroni..... p.</b> | 77 |
| 4.1. La musica come strumento di promozione del territorio .....  | 77 |
| 4.2. Le iniziative promozionali esistenti .....   | 82 |
| 4.3 Dal parco musicale al distretto della musica.....   | 89 |
| 4.4. Proposte di <i>place branding</i> :<br>la valorizzazione dell'icona musicale .....   | 93 |
| <b>BIBLIOGRAFIA.....</b>  | 97 |