# Valorizzazione urbana e grandi eventi

## Prof. Paolo Dalla Sega

***OBIETTIVI DEL CORSO E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI***

Introdurre ai grandi eventi moderni come narrazioni e rappresentazioni centrali delle identità collettive nel nostro tempo, e quindi strumenti di comunicazione e valorizzazione urbana e dei territori.

Riflettere sul grande evento come sintesi forte di spazio/tempo: *genius* *loci* (di città, regioni, nazioni) e *Zeit Geist* (spirito del tempo); offrire stimoli e spunti di una contemporanea “critica degli eventi”, verso progetti estesi e programmi continui di valorizzazione urbana.

Comprendere i percorsi di progettazione dei principali grandi eventi contemporanei realizzati e previsti nel nostro Paese (Expo Milano 2015, Capitale Europea della Cultura Matera 2019, Capitali Italiane della Cultura; Olimpiadi Invernali Milano Cortina 2026).

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di:

* analizzare i grandi eventi contemporanei rispetto a contesti sociali, economici, culturali, nazionali e internazionali;
* conoscere e comprendere i meccanismi costitutivi di un grande evento e il suo valore come strumento di comunicazione, promozione, valorizzazione di città e territori;
* mettersi alla prova in workshop di progettazione concreta, sperimentazione pratica delle conoscenze acquisite.

***PROGRAMMA DEL CORSO***

*Storia e cultura dei grandi eventi moderni (lezioni frontali)*

*–* Le esposizioni universali tra Otto e Novecento. Quale Expo per il III Millennio.

– I grandi eventi mondiali alla prova della contemporaneità. Nuovi mondi, nuove capitali, nuove scene urbane.

– Le capitali europee della cultura, dal 1985 ad oggi. Le capitali italiane. Le Olimpiadi dell’era moderna.

– Event planning, event management.

– Modelli di governance dei grandi eventi.

– La committenza, i comitati, le strutture e le opere, gli staff.

– Fundraising, sponsoring, marketing dei grandi eventi.

– Impatti sociali, culturali ambientali, economici. Quale valutazione.

*Study cases, project work (laboratori)*

– Dall’evento al progetto/programma di valorizzazione urbana “oltre gli eventi”. Mappa di territori e comunità; progettazione di nuovi eventi.

***BIBLIOGRAFIA[[1]](#footnote-1)***

C. Guala, *Mega eventi. Modelli e storie di rigenerazione urbana,* Carocci, Roma, 2007.

M. Mailander (a cura di), *Il nuovo marketing dei sistemi territoriali. Scenari,* *storie di successo, modelli concreti per creare brand destination vincenti*, Il Sole 24 Ore, Milano, 2012.

L. Argano, *Guida alla progettazione della città culturale*, Franco Angeli, Milano, 2021[*Acquista da VP*](https://librerie.unicatt.it/scheda-libro/lucio-argano/guida-alla-progettazione-della-cittac2a0culturale-rinnovare-le-geografie-il-design-lazione-sociale-la-pianificazione-nello-spazio-urbano-9788835117544-695848.html)

Ulteriore bibliografia verrà comunicata durante il corso e sulla pagina personale del docente nella piattaforma Blackboard.

***DIDATTICA DEL CORSO***

Lezioni frontali, testimonianze di esperti, seminari di approfondimento e laboratori (project work).

***METODO E CRITERI DI VALUTAZIONE***

Prove intermedie, tesi finali (paper), esami orali (presentazione e discussione dei paper).

Il paper finale è un lavoro individuale ed è il risultato del project work che chiude le lezioni. Alla discussione del paper, focus dell’esame (peso: 75%) si affianca la verifica delle letture assegnate durante il corso, distinte caso per caso in coerenza con i progetti dei paper (peso: 25%).

***AVVERTENZE E PREREQUISITI***

Si consiglia la partecipazione a tutte le lezioni. Qualora ciò non fosse possibile, e con adeguate motivazioni, lo studente concordi col docente un personale programma d’esame.

Sono ottimi prerequisiti le conoscenze e le sensibilità – o perlomeno curiosità spiccate – verso la storia culturale, la geografia umana, l’antropologia e la sociologia, nonché una conoscenza adeguata di software editoriali e grafici e, soprattutto, qualità di scrittura.

1. I testi indicati nella bibliografia sono acquistabili presso le librerie di Ateneo; è possibile acquistarli anche presso altri rivenditori. [↑](#footnote-ref-1)