




Indice

Prefazione, di *Gianluca Vago* VII

PARTE PRIMA






BRANDING PUBBLICO, UN APPROCCIO

1	Insidie e seduzioni	3	 
1.1	Spunti iniziali	3	
1.2	Branding e territorio: una disciplina	20	
1.3	Il posto della politica	30	
1.4	Il posto dell'economia	49	
1.5	Contenuti e comunicazione	59	
2	Eventi e quotidianità	77	
2.1	Da Torino olimpica a Expo 2015	78	
2.2	I label internazionali	88	
2.3	Identità e modernizzazione	95	
2.4	Ancora in materia di brand territoriali	110	

PARTE SECONDA

TRASFORMAZIONI E NUOVA RAPPRESENTAZIONE DI MILANO

3	Colloquio con Piero Bassetti	121	
3.1	Introduzione alla glocalità	121	
3.2	L'arancione e altri cromatismi	131	
3.3	Expo planetario e reti del sapere	134	

4	Il caso Brand Milano	145	
4.1	Le tesi identitarie: la complessità a portata di mano	145	
4.2	Le ricerche demoscopiche: elementi di conoscenza per tutti	160	
4.3	Tre note per introdurre la mostra	167	
4.4	Gli eventi culturali: i linguaggi della tradizione	172	
4.5	Il dibattito pubblico: reticenze e slanci	175	
4.6	Tendenze del citytelling: il salto di qualità	189	
	Incauti ringraziamenti	205	