

**Bartolazzi F., Forlani F., Fortezza F. (2008), *Caratteri e potenzialità degli eventi come "esperienze mediterranee": Il caso "Palio de lo Daino", in "Mercati e Competitività", n. 4***

**Abstract:**

Nell'articolo si affronta il tema della costruzione e della gestione degli eventi in una "prospettiva mediterranea", che viene ritenuta particolarmente adatta per la valorizzazione degli eventi locali, tipici e folkloristici, come, ad esempio, le sagre di paese, considerati fino ad un recente passato come "indistinti contenitori".

In tal senso, nell'articolo si trasla sugli eventi un nuovo modo di concepire il rapporto tra marketing, esperienzialità e valore, nell'ambito di un orientamento meno invasivo all'esperienza dei consumatori e di un'impostazione basata su valori, per l'appunto, tipicamente "mediterranei", come il legame comunitario, la tradizione, il localismo.

In virtù dell'evoluzione della domanda nell'attuale società postmoderna, con la connessa evoluzione dei significati associati al tempo libero e con il crescente desiderio degli individui di vivere esperienze appaganti a carattere "multidimensionale" per il soddisfacimento di "grappoli di bisogni", si ritiene che eventi concepiti in quest'ottica siano un'importante opportunità per i territori, al fine di catalizzare risorse e di sviluppare appieno le potenzialità dell'area, con effetti che possono andare molto al di là di quelli economici di breve termine.

L'articolo si propone di: qualificare il concetto di "evento mediterraneo"; evidenziarne le potenzialità, ma anche gli accorgimenti ed i requisiti necessari per una loro ottimale riuscita; chiarire schemi e dinamiche di connessione fra evento e territorio, in un'ottica sistemica di creazione del valore.

**Parole-chiave:** eventi, locale, marketing mediterraneo, orientamento all'esperienza, tempo libero, valore per il territorio.