

MEMORIE GEOGRAFICHE

Oltre la Globalizzazione Prossimità/Proximity

a cura di

Cristina Capineri, Filippo Celata,
Domenico de Vincenzo, Francesco Dini,
Filippo Randelli e Patrizia Romei



SOCIETÀ DI STUDI GEOGRAFICI

via S. Gallo, 20 - Firenze

2013

Prossimità/Proximity è un volume delle Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici

<http://www.societastudigeografici.it>

ISBN 978-88-908926-0-8

Numero monografico delle Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici
(<http://www.societastudigeografici.it>)

Certificazione scientifica delle Opere

I lavori pubblicati in questo volume sono stato oggetto di un processo di referaggio di cui è responsabile il Comitato Scientifico delle Giornate di studio in Geografia Economica della Società di Studi Geografici

Comitato Scientifico

Cristina Capineri, Filippo Celata, Domenico de Vincenzo,
Francesco Dini, Filippo Randelli, Patrizia Romei

© 2013 Società di Studi Geografici
Via San Gallo, 10
50129 - Firenze
Printed in Italy

MEMORIE GEOGRAFICHE

Oltre la Globalizzazione Prossimità/Proximity

a cura di

Cristina Capineri, Filippo Celata,
Domenico de Vincenzo, Francesco Dini,
Filippo Randelli e Patrizia Romei



FACEBOOK: LE RELAZIONI DI PROSSIMITÀ DI UN'IMPRESA INNOVATIVA*

1. INTRODUZIONE. – La rete Internet rappresenta il simbolo dello scambio di dati su scala mondiale, nata negli Stati Uniti per scopi bellici è stata poi utilizzata da università e centri di ricerca per trasferire informazioni. Alla fine degli anni '80 ha cominciato a diffondersi in tutto il mondo, grazie alla creazione del protocollo *http* e all'acronimo *www* (*world wide web*): una rete di scala mondiale tra computer e banche dati.

In rete è possibile ottenere ogni genere di informazione proveniente da tutto il mondo, abbattendo così le barriere economiche, fisiche e culturali che dividono i paesi e contribuendo allo sviluppo di quel “villaggio globale” definito nel 1962 da Marshall McLuhan .

Con l'evoluzione del *web*, inizialmente concepito come modo per visualizzare documenti ipertestuali statici (*web* 1.0), e la progressiva interazione tra siti ed utenti (*web* 2.0) si assiste all'affermazione di una dimensione sociale, di condivisione e di autorialità rispetto alla mera fruizione. È proprio la modalità di utilizzo della rete ad aprire nuovi scenari fondati sulla possibilità da parte dell'utente di fruire e di creare/modificare i contenuti multimediali e di trasformare notevolmente il concetto “prossimità”.

I *Social Network Sites* (*SNS*), ovvero quei siti il cui scopo è quello di mettere in relazione gli iscritti, rappresentano un esempio attuale dell'accresciuta interattività sito-utente e di un diverso modo di concepire la prossimità a scala mondiale. Secondo la definizione più diffusa tra gli studiosi sono siti di reti sociali i servizi *web* che permettono la creazione di un profilo pubblico o semi-pubblico all'interno di un sistema

* Il presente lavoro è frutto della collaborazione degli autori; tuttavia va attribuita a Raffaella Afferni la stesura dei paragrafi 3 e 4 e a Carla Ferrario quella dei paragrafi 1 e 2.

vincolato, l'articolazione di una lista di contatti e la possibilità di scorrere la lista di amici dei propri contatti (Boyd, Ellison; 2007).

I SNS sono uno dei fattori più noti e diffusi all'interno del contesto di globalizzazione culturale (1). Se si escludono alcune aree dell'Asia e dell'Africa negativamente soggette al “*digital divide*”, la loro diffusione è planetaria.

Facebook è più diffuso a scala mondiale ed è il *Social Network Site* prevalente in Nordamerica, in America meridionale, in Europa (Italia compresa), in alcune parti dell'Africa, dell'Asia meridionale e dell'Australia.

Lo scopo di questo articolo è quello di analizzare le relazioni di prossimità che emergono dai flussi di comunicazione tra gli utenti di *Facebook* e alcune delle reti spaziali che si creano grazie alla sua diffusione globale.

2. RETI SPAZIALI E RELAZIONI DI PROSSIMITÀ – Nel 2012 *Facebook* ha superato i 901 milioni di iscritti (2); seguito da *Qzone* con 593 milioni di utenti, la cui diffusione è tuttavia regionale (e limitata alla sola Cina) (3).

Mark Zuckerberg, fondatore ed amministratore delegato, ha ideato *Facebook* basandosi sulla nozione di un “grafo sociale” inteso come linea immaginaria che collega le persone ai loro amici, incoraggiandole a condividere le proprie esperienze di vita e a rivelare i pensieri più intimi *on-line* (The Economist, 2012).

Queste connessioni possono essere visualizzate attraverso delle linee di colore chiaro su sfondo scuro (Giorda, 2011). La carta tematica che ne scaturisce (Fig. 1), fornisce un'immagine dettagliata della popolarità di *Facebook* nel mondo, nonché una conoscenza geografica delle possibili relazioni di prossimità. Essa mostra chiaramente che in Cina, in Russia e in Giappone il SNS è scarsamente utilizzato, mentre in Europa si concentrano la maggior parte di linee dopo gli Stati Uniti.

(1) Per una storia dei *Social Network Sites* si vedano Boyd (2008) e la raccolta bibliografica da lei curata (<http://www.danah.org/researchBibs/sns.html>).

(2) Il dato è tratto dal documento S-1 che è servito per la presentazione di *Facebook* in borsa nell'aprile 2012

(<http://www.scribd.com/doc/90859142/TechCrunch-Facebook-Amended-S-1-April-23-User-Counts-Instagram>).

(3) I dati sulla diffusione di *Qzone* e degli altri *Social Network Sites* sono disponibili sulla pagina web *Social Media Statistics* curata da Vincenzo Cosenza (<http://vincos.it/social-media-statistics/>).

Fig. 1 – Le reti spaziali di facebook



Fonte: <http://facebook-italia.blogspot.it/2010/12/la-mappa-delle-amicizie-di-facebook.html>

Le letture spaziali sono di due tipi. In primo luogo, si rileva una forte relazione di prossimità, che fa emergere una prima geografia di località centrali capaci di attirare flussi di comunicazione a scala regionale. In secondo luogo, emerge che il valore connettivo del *Social Network Site* è multiscalaro (*ibidem*).

Le reti relazionali che si possono creare sono di due tipologie: “areali” che si basano su relazioni di prossimità e continuità tra i soggetti territoriali e “reticolari” in cui prevalgono le relazioni a distanza, con la conseguente creazione di reti relazionali sovranazionali prive di continuità territoriale. Grazie a quest’ultima tipologia, *Facebook* è stato in grado di superare *Orkut*, in India e in Brasile: la popolazione ha cominciato ad utilizzarlo in massa per tenersi in contatto con amici all’estero che erano già in rete.

Flussi globali significativi collegano l’America settentrionale con l’Europa, l’Asia Meridionale con l’India e l’Australia e alcune aree di dell’Africa e dell’America Meridionale connesse con il resto del mondo

Dove invece le relazioni sono flebili, e quindi le linee di colore chiaro sono scarse, le ragioni sono legate al fatto che *Facebook* non è *leader* oppure che queste aree non hanno possibilità di accedere alla rete. In Russia la forte concorrenza e diffusione di *Vkontakte* e *Odnoklassniki*, fa sì che il principale *Social Network Site* americano non riesca ad imporsi; in Vietnam e in Lettonia gli abitanti sono più propensi ad usare le reti

sociali locali, rispettivamente *Zing* e *Draugiem*, in Iran e in Cina è la censura di stato che blocca *Facebook*. In Africa, dove *Internet* ha una penetrazione bassa, sembra *Ocean Dark* il SNS prevalente, ad eccezione del Sud Africa e della Nigeria dove *Facebook* è prevalente tra i pochi utilizzatori.

In qualche modo *Facebook* è anche la traccia di un'area culturale, con molti tratti omogenei. Quindi da un punto di vista di geografia culturale, nelle regioni come il mondo arabo, la Russia, la Cina e il Vietnam è ovvio che i *Social Network Sites* più diffusi siano altri (The Economist, 2012).

La fig. 1 è anche un indicatore della localizzazione delle aree urbane più popolate, con maggiore diffusione delle risorse informatiche, e dove l'inglese è prima lingua o comunque molto diffusa. In Kenya, paese in cui la lingua inglese è molto utilizzata, *Facebook* è il primo SNS fra i pochi utilizzatori che sono quasi prevalentemente localizzati nelle grandi aree urbane.

L'interazione sociale dipende dalla capacità delle due parti di comunicare, che necessita l'uso della stessa lingua. Di conseguenza, le differenze linguistiche possono destrutturare le interazioni sociali (si veda sull'argomento Hutchinson, 2005; Barnett e Choi, 1995) e ciò fa sì che differenze linguistiche si intreccino con la distanza: Le persone che vivono nello stesso luogo in genere condividono una lingua e le competenze linguistiche comuni generano relazioni sociali strettamente dipendenti dalla prossimità. In realtà il fattore lingua è la sintesi di importanti effetti quali le dinamiche migratorie, la colonizzazione e la più recente diffusione planetaria dell'inglese.

Resta comunque il fatto che, la probabilità di amicizia con una persona è decrescente con la distanza metrica, quanto quest'ultima influenza direttamente la struttura delle reti sociali poiché impone costi (monetari e non) più elevati per le connessioni. Questo non dovrebbe sorprendere, dato che ci sono meno probabilità di incontrare persone che vivono più lontano e di riuscire a mantenere dei legami con il passare del tempo, ma *Internet*, attraverso i *Social Network Sites*, e le altre tecnologie di comunicazione giocano un ruolo potenzialmente dirompente sui vincoli imposti (Backstrom, Sun, Marlow, 2010).

Infatti, queste tecnologie riducono i costi che la distanza impone per introdurre nelle reti sociali nuove persone e per rimanere in contatto con quelli che conosciamo, modificando notevolmente la geografia delle relazioni

È noto in letteratura geografica che i legami sociali agiscono e si concentrano in prevalenza in aree limitate, organizzate e consuetudinarie: sono gli spazi delle relazioni “faccia a faccia”, quelli di vita urbana, dove circolano i segni taciti che richiedono prossimità. Questa vicinanza, tuttavia, non è vincolante, anche se molto importante, in quanto gli attori sociali possono sviluppare relazioni a distanza grazie alle nuove tecnologie (Corazza, 2006). I *Social Network Sites* permettono, quotidianamente, ai loro utenti di superare le barriere spaziali.

3. FACEBOOK E LA GEOGRAFIA DELLE RETI DI RELAZIONI – Al fine di verificare alcune assunzioni sulle reti spaziali create da *Facebook* e sulle relazioni di prossimità che si vanno a costituire con l’uso di tale *Social Network Site*, si è scelto di raccogliere dei dati mediante un questionario (4) semi-strutturato, che presenta sia domande chiuse di tipo dicotomico, politomico e a risposta multipla, sia a risposta aperta (Migliardi, 2008). L’indagine è stata condotta nel novembre 2012 su un campione costituito da studenti universitari, in quanto tali giovani sono stati i primi che hanno “abitato” questi ambienti – dopo i *bloggers* influenti e prima dell’arrivo della *cyberborghesia* – e, secondo alcuni autori statunitensi, grazie al loro elevato grado di connettività sarebbero la popolazione ideale per una *survey* sull’uso dei *digital media* (Hargittai, 2007, p.279; Boyd, 2008, pp.102-105; Iannelli, 2010; Boccia Artieri, 2009)⁵. Per ragioni di costo e di tempo, la nostra indagine è stata condotta nei due Atenei del Piemonte, rispettivamente l’Università degli Studi di Torino e l’Università del Piemonte Orientale Amedeo Avogadro (6).

Le 22 domande del questionario sono state organizzate in tre sezioni: l’anagrafica degli utenti (che ha permesso una prima segmentazione del *target*), la sezione dedicata

(4) La scelta di lasciare il questionario in libera compilazione, ha prodotto in alcuni casi un completamento parziale delle risposte, aspetto che ha reso alcuni dati utilizzabili solo in misura ridotta. Si tratta di un aspetto che va sottolineato, anche se esso non sembra compromettere l’attendibilità dei risultati, soprattutto quelli che confermano alcune assunzioni enunciate nella prima parte di questo articolo.

(5) Per un’indagine sugli utenti italiani dei *SNS* si vedano le *websurvey* di Censis/ Ucsi (2009; 2011 e 2012) e Milic e Marchetto (2009); le analisi di Vincenzo Cosenza su *Vincos Blog* sui dati forniti da *Facebook Advertising* e di Giglietto (2009) sul volume di ricerche effettuate attraverso *Google* con le parole chiave “*Facebook*” e “*Badoo*”.

(6) Sono stati coinvolti gli studenti dei corsi di laurea di “Lettere” e di “Culture e letterature del mondo moderno” della Facoltà di Lettere e Filosofia (Università di Torino) e di “Lettere” e di “Lingue straniere e moderne” del Dipartimento di Studi Umanistici (Università del Piemonte Orientale). Gli autori ringraziano la prof.ssa Sabrina Stroppa, dell’Università di Torino, per la preziosa collaborazione nella somministrazione del questionario.

all'utilizzo di *Facebook* e quella dedicata alla sua storia, entrambe finalizzate ad ottenere informazioni non solo sulla frequenza e modalità di uso del *SNS* da parte degli utenti, ma anche sulla loro conoscenza sulle sue origini e diffusione.

Per quanto riguarda la composizione del campione dei 150 intervistati, si tratta in prevalenza di studentesse (74%) *under 25* residenti soprattutto nelle province di Torino (36,8%), Novara (16,7%) e Vercelli (9,7%). Sebbene il numero di donne che hanno risposto al questionario sia superiore a quello medio delle utenti italiane di *Facebook* (7) i risultati possono essere considerati attendibili in quanto il *SNS* in esame è tra quelli meno connotati in termini di genere (Iannello, 2010).

Un aspetto a nostro avviso importante che emerge dalle informazioni raccolte riguarda la diffusione della comunicazione orizzontale, ovvero la trasmissione di informazioni tra le masse attraverso l'uso dei *SNS*. Secondo Castells (2009, p. 64) i *social media* sarebbero importanti catalizzatori della tendenza "all'auto-comunicazione di massa", ossia della possibilità generalizzata di condividere contenuti, di visualizzare e di mantenere relazioni all'interno di un *network* nel quale la prossimità sembra ancora giocare un ruolo importante. Questa affermazione è confermata dai dati del questionario che evidenziano l'esistenza di reti relazionali "areali" strettamente connesse con la prossimità geografica. Le relazioni di tipo stabile sono, nel 92,2% dei casi (8), contenute entro i confini regionali ed in particolare il 36,4% si concentrano all'interno della stessa città.

Oltre all'esistenza di tali legami con "amici" che vivono vicino, la maggior parte degli intervistati dichiara di avere contatti con stranieri (78,8%). Le relazioni più rilevanti degli *SNS users* sembrerebbero dipendere in questo caso da una prossimità di tipo culturale; le relazioni a distanza degli universitari piemontesi sono prevalenti con residenti all'interno del territorio europeo 67,7% (e in particolare quello comunitario 57,7%); mentre l'11,7% ha rapporti con nordamericani, sudamericani (7,7%), asiatici (2,8%) e africani (7,7%) (9).

(7) Il dato, di fonte Audiweb/Nielsen, è pari al 47%. Per un approfondimento si vedano l'Osservatorio *Social Media* in Italia e *Facebook* (<http://vincos.it/osservatorio-facebook/>).

(8) Si tratta del 92,2% di 129 persone (su un totale di 150) che hanno risposto alla domanda 10 del questionario.

(9) Sono da segnalare in particolare i contatti residenti in alcuni paesi europei quali Gran Bretagna, Francia e Spagna pari rispettivamente al 14,9%, 13,7% e 10,5% del totale degli "amici" stranieri. Tra i paesi extra-comunitari emergono gli Stati Uniti (10,1%), il Marocco (4%) e l'Australia (2,4%).

Queste relazioni, che nel paragrafo 2 sono state definite di tipo “reticolare”, sarebbero tuttavia meno frequenti, e quindi meno coese, rispetto a quelle areali; un risultato coerente con la storia trentennale dei *networked publics* di cui *Facebook* fa parte e che vede l’uso dell’*SNS* più orientato ad un’estensione in senso qualitativo e quantitativo dei rapporti esistenti, piuttosto che alla creazione di nuovi legami con soggetti conosciuti in rete. I dati raccolti confermano quanto affermato da Iannelli (2010), ovvero che l’uso del *Social Network Site* è più “*friend-oriented*” che “*interest-driven*”; il 74% degli studenti intervistati hanno dichiarato di utilizzare il *social media* per organizzare attività tra “amici” da svolgersi nel tempo libero.

Incrociando i dati sulla frequenza di controllo del proprio profilo con quelli sull’organizzazione di attività nel tempo libero, si rileva l’esistenza di una correlazione positiva tra queste attività. Il 98% di coloro che si connettono al *SNS* tutti i giorni con il *personal computer* o lo *smarthphone* usano infatti i servizi *web* per organizzare il proprio tempo libero con gli amici; in questo caso il *social media* tende a sostituire l’incontro faccia a faccia o il telefono come modalità di interazione tra i soggetti appartenenti ad una specifica rete sociale, la cui estensione geografica è fortemente condizionata dalla prossimità.

4. CONCLUSIONI. – Osservando la rete di legami di *Facebook* possiamo pertanto concludere che la distanza e le variabili ad essa connesse (quali l’affinità culturale e la lingua) hanno ancora oggi un peso rilevante nel definire i caratteri e l’estensione di una rete sociale. Nonostante la facilità apparente con cui i *Social Network Sites* permettono di creare e mantenere relazioni a lungo raggio, la bibliografia consultata e le analisi condotte sui risultati del questionario somministrato agli studenti universitari piemontesi pongono il tema della prossimità come predominante, sia nella sua accezione fisica, sia in quella culturale.

BIBLIOGRAFIA

BARNETT G.A., CHOI, Y., “Physical distance and language as determinants of the international telecommunication network”, *International Political Science Review*, 16, 1995, pp.249–265.

- BACKSTROM L., SUN E., MARLOW C., *Find Me If You Can: Improving Geographical Prediction, with Social and Spatial Proximity*, New York, NY, USA, ACM Press, 2010.
- BOCCIA ARTIERI G., *Normalizzazione e nuovo senso della posizione*, Convegno PIC-AIS su “Le reti socievoli. Fare ricerca nel/sul web sociale”, Urbino 20 novembre 2009.
- BOYD D., *Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked*, PHD dissertation, Berkeley, University of California, 2008. Disponibile su: <<http://www.danah.org/papers/TakenOutOfContext.pdf>> [ultimo accesso 27 gennaio 2013].
- BOYD D. M., ELLISON N. B., “Social network sites: Definition, history, and scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), article 11, 2007, pp. 210-30.
- CASTELLS M., *Comunicazione e Potere*, Milano, Egea-Università Bocconi Editore, 2009.
- CENSIS/UCSI, *Ottavo Rapporto sulla comunicazione. I media tra crisi e metamorfosi*, Milano, Franco Angeli, 2009.
- CENSIS/UCSI, *Nono Rapporto sulla comunicazione. I media personali nell'era digitale*, Milano, Franco Angeli, 2011.
- CENSIS/UCSI, *Decimo Rapporto sulla comunicazione. I media siamo noi. L'inizio dell'era biomediativa*, Milano, Franco Angeli, 2012.
- CORAZZA A., “Concetti e modelli dei sistemi locali”, in MARCHIO O. (a cura di) *Sistemi sociali e reti lunghe. Crisi e problemi della geografia dell'industria italiana*, Milano, Franco Angeli, pag. 105, 2006.
- COSENZA V., *Vincos Blog*. Disponibile su: <<http://www.vincos.it/osservatorio-facebook/>> [ultimo accesso 30 gennaio 2013].
- GIGLIETTO F., *Io*, “I miei amici e il mondo: uno studio comparativo su Facebook e Badoo in Italia”, in MAZZOLI L. (a cura di), *Network Effect. Quando la rete diventa pop*, Torino, Codice edizioni, 2009, pp. 41-55.
- GIORDA C., *La geografia di facebook*, 2010. Disponibile su: <<http://www.aiig.it/documenti>> [ultimo accesso 29 gennaio 2013].
- HARGITTAI E., “Whose space? Differences among users and non-users of social network sites”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 2007, pp. 276-297.

Disponibile su: <<http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2007.00396.x/pdf>> [ultimo accesso 26 gennaio 2013].

HUTCHINSON K.W., “Linguistic distance as a determinant of bilateral trade”, *Southern Economic Journal*, 72, pp. 1–15, 2005.

IANNELLI L., *I primi studi sui Social Network Sites come tracce del presente*, Fondazione Telecom Italia, 2010. Disponibile su: <<http://www.fondazionetelecomitalia.it/doc/programma/Iannelli.pdf>> [ultimo accesso 28 gennaio 2013].

MCLUHAN M., *The Gutenberg Galaxy*. Toronto, University of Toronto Press, 1962.

MIGLIARDI A., *Come si costruisce un questionario: alcuni spunti dalla ricerca operativa*, 2008. Disponibile su: <http://www.dors.it/alleg/0200/Come_si_costruisce_un_questionario.pdf> [ultimo accesso 28 gennaio 2013].

MILIC E. M., MARCHETTO E., *I cambiamenti promossi dai social network nelle città italiane*, Trieste, SWG (Osservatorio su Internet in Italia – DiarioAperto), ottobre 2009.

MOK D., WELLMAN B., “Did distance matter before the Internet? Interpersonal contact and support in the 1970s”, *Social networks*, 29(3), 2007, pp.430–461.

THE ECONOMIST, “Briefing: floating face book. The value of friendship”, *The Economist*, 4 February 19-21, 2012.

Dipartimento di Studi Umanistici, Laboratorio di Geografia, Università degli Studi del Piemonte Orientale, via Manzoni, 8 – 13100 Vercelli; raffaella.afferni@lett.unipmn.it

Dipartimento di Studi per l’Impresa e il Territorio, Università degli Studi del Piemonte Orientale, Via Perrone 18 – 28100 Novara; carla.ferrario@eco.unipmn.it

RIASSUNTO. - La distanza geografica e relazioni sociali sono inestricabilmente intrecciate, le persone con cui interagiamo ogni giorno quasi sempre vivono vicino a noi. Oggi le persone trascorrono molto tempo on line ed in particolare usando i social network. Questi ultimi si sono imposti nelle reti sociali e hanno modificato il rapporto tra distanza e relazioni sociali. Lo scopo di questo articolo è quello di analizzare le possibili reti spaziali (di prossimità o lontananza) che emergono dai flussi di comunicazione tra gli utenti che utilizzano Facebook, il più diffuso *social network* al mondo.

SUMMARY. - The geographic distance and social relationships are inextricably intertwined, the people we interact with every day almost always live near us. Today people spend a lot of time online in particular on social networks. The ratio of distance and social relations are becoming changing. The purpose of this article is to analyze the possible spatial networks (proximity or distance) that emerge from the streams of communication between users of Facebook, the most popular social network in the world.

LIDIA SCARPELLI, <i>Presentazione</i>	pag. 5
FRANCESCO DINI, <i>Introduzione</i>	» 7
CRISTINA CAPINERI, <i>La proximity al convegno della Società di Studi Geografici</i>	» 9

Sessione 1 – Ambiente

CANDURA A. R., DE PAOLI O., Il sole prossimo venturo: il territorio italiano e l'immagine della tecnologia solare	» 17
CAPURSO I., Doing the 'right thing': the environmental behaviour of citizens consumers in domestic e-waste handling	» 26
SALVUCCI G., ABBATE C., SALVATI L., Trasformazione del paesaggio e mutamento urbano: l'evoluzione dell'interfaccia urbano-forestale nell'area metropolitana romana	» 34
SALVATI L., ZITTI, M., BAJOCCHIO S., CECCARELLI T., PERINI L., Cambiamento climatico e processi di degrado delle terre: Un approccio regionale	» 41
ZITTI M., PERINI L., SALVATI L., Land sensitivity to desertification in a Mediterranean country: long-term trends and projected scenarios	» 49

Sessione 2 - Mercati e imprese

AFFERNI R., FERRARIO C., Facebook: le relazioni di prossimità di un'impresa innovativa	» 60
AMATO V., PALMENTIERI S., Paradisi fiscali e nuovi spazi del capitale	» 70
BATTISTI G., Mercato globale e valute regionali: un equilibrio conflittuale	» 81
CITARELLA F., Prossimità e innovazione per il vantaggio competitivo dei sistemi locali	» 91

GRECO I., Da spazi di "separazione" a spazi di nuova "prossimità": i processi e le politiche di trasformazione funzionale dei waterfront urbani

» 100

RANDELLI F., RICCHIUTI G., La prossimità geografica è un fattore di competitività? Un'analisi sulla sopravvivenza delle imprese toscane (1998-2010);

» 109

TADINI M., La prossimità geografica nelle strategie di internazionalizzazione delle PMI europee e italiane

» 118

TORTORA M., Analisi esplorativa del concetto di prossimità nelle relazioni commerciali tra territori: il caso del desk Vietnam in Toscana

» 126

Sessione 3 - Economia e nuove territorialità

BRESSAN G., Impatto del confine nelle scelte decisionali degli operatori economici: il caso del mercato dei carburanti per autotrazione in Friuli Venezia Giulia

» 140

D'ALESSANDRO L., Commercio di prossimità e politiche di rigenerazione urbana: una riflessione geografica

» 150

FARAVELLI M.L., CLERICI M.A., Una politica per il commercio di prossimità: i distretti del commercio in Lombardia

» 159

LEMMI E., Il turismo enogastronomico fra specificità locale e opportunità globale

» 168

Sessione 4 - Forma urbana e trasformazione della città

ROMEI P., Prossimità e crescita urbana: una lettura geoeconomica

» 179

CITARELLA G., MAGLIO M., Il valore della prossimità nella creatività per lo sviluppo del territorio

» 190

CONTI PUORGER A., Studio per una caratterizzazione del policentrismo in alcune aree urbane italiane

» 197

SALVATI L., SALVINI M., DI BARTOLOMEI R., Dall'altro lato della frangia: la lettura della diffusione urbana nell'evoluzione dell'agricoltura peri-urbana

» 209

GEMMITI R., La geografia economica per la città. Dalla distanza, alla prossimità, al territorio?

» 217

LAZZAROTTI R., SANNA V., Prossimità e scelte insediative dei migranti nel territorio italiano: il caso del Lazio

» 224

PATRUNO E., SALVUCCI G., La distanza quale fattore esplicativo della concentrazione spaziale: il ruolo della RNC

» 233

SCROFANI L., RUGGIERO L., Politiche neoliberiste e nuovi paesaggi urbani

» 243

Sessione 5 - Smart cities

CARBONE L., La politica della città nell'era delle smart cities

» 254

DELLE DONNE B., Smart cities and communities and social innovation: alcuni progetti nella città di Napoli

» 261

FRALLICCIARDI A.M., CERISANO F., Progetti e politiche per la città intelligente del terzo millennio: le città del Sud Italia nel quadro delle smart cities

» 269

GARGIULO MORELLI V., WEIJNEN M., VAN BUEREN E., WENZLER I., SALVATI L., DE REUVER M., Intelligently-Sustainable Cities in between Eco-compatibility and Urban Competitiveness

» 277

LAZZERONI M., Università e piccole e medie città: quale contributo allo sviluppo locale e all'identità urbana?

» 286

PUTTILLI M., SANTANGELO M., Dalla smart city agli smart territories. Politiche, attori, scale

» 295

Sessione 6 - Esperienze urbane e studi di caso

- BINI V., Politiche di internazionalizzazione e scenari di sviluppo urbano a Ouagadougou
» 303
- DE ROSA S., DI FELICIANTONIO C., BARBOSA GADELHA K., Complessità e fluidità dei percorsi migratori: il caso della concentrazione dei bohemians italiani a Berlino
» 311
- GRUMO R., Periferie e riqualificazione urbana: il caso della città di Bari
» 321
- INNOCENTI N., CAPONE F., LAZZERETTI L., Musei scientifici e network. Il caso del network delle mostre temporanee del Museo di Storia Naturale a Firenze
» 328
- PIOLETTI A.M., IETRI D., Trasformazioni urbane e strategie di sviluppo nella città di Aosta: politiche per il settore culturale e per l'attrattività urbana
» 337
- PRIVITERA D., Città e mobilità a pedali. Il caso Catania
» 344

Sessione 7 - Politiche, progetti, valori

- BONAMICI S., La geografia di una prossimità costruita: il caso siriano tra frammentazione nazionale e trasformazione degli equilibri regionali
» 354
- CALVINO C., ROMANO A., TEOBALDI M., Tweeting Politicians: il peso della prossimità nella formazione e diffusione dell'opinione politica
» 362
- COLETTI R., CELATA F., Prossimità, regionalizzazioni istituzionali e confini: politiche della scala alle frontiere esterne dell'Unione Europea
» 373
- DE RUBERTIS S., DIAVOLINO, E., FIGHERA P., LABIANCA M., Sviluppo territoriale, cooperazione intercomunale, prossimità. Il caso dei comuni pugliesi
» 384
- EMANUEL C., CERUTTI S., La "metrica del progetto" come indicatore di previsione e di rappresentazione delle potenzialità e dello sviluppo dei sistemi territoriali
» 392

PASE A., BERTONCIN M., Prossimità e lontananza nei grandi progetti di sviluppo » 402

PRISCO M.R., La giustizia spaziale: teorie, politiche e nuovi strumenti di rappresentazione dello spazio urbano » 410

RINELLA A., RINELLA F., Il gemellaggio come strumento di valorizzazione della politica europea di prossimità: il caso di Bari » 419

Prossimità/*proximity* - Relazione di apertura

LAZZERETTI L., Creatività, innovazione e beni culturali: un quadro teorico » 428

