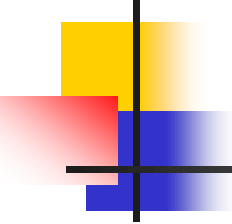


Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
14/10/15



Το Μάρκετινγκ του Τόπου συμβάλει/εντάσσεται στη διαδικασία μετατροπής χρηστικών χωρικών αξιών σε ανταλλακτικές χωρικές αξίες,
στην υφαρπαγή της συμβολικής αξίας ενός τόπου, μεγιστοποίηση και υλοποίησή της σε γαιοπρόσοδο και ιδιοποιημένη υπεραξία,
στην αποδημοσιοποίηση του χώρου και 'περίφραξη' ενός χωρικού 'κοινού' [enclosure/commons],
εν τέλει, στο πλαίσιο της γενικευμένης εμπορευματοποίησης, στη μετάβαση από την 'οικειοποίηση' στην 'ιδιοποίηση' [appropriation/privatization]

Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
14/10/15

Στον υπάρχοντα κοινωνικόοικονομικό σχηματισμό (σύστημα) ο χώρος τείνει να ομογενοποιείται, να γίνεται αφηρημένος, να ρευστοποιείται / 'υγροποιείται'.

Ο τόπος εκφράζει, ταυτόχρονα, μέσω της απόδοσης σ' αυτόν ιδιοτυπικών χαρακτηριστικών (ιδιαιτεροτήτων) [μάρκετινγκ], την προσπάθεια [από πλευράς των κυρίαρχων υποκειμένων] αποκατάστασης ποσοτών γαιοπροσόδου, αλλά και την αντίσταση [των υφιστάμενων υποκειμένων] στην ομογενοποίηση και ρευστοποίηση του χώρου, την προσπάθεια διατήρησης οικειοποιημένων ή/και δημιουργίας [από τα κάτω] νέων χωρικών ιδιαιτεροτήτων.

Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
14/10/15



Leif Erikson, ιδρυτής
αποικίας το 986μΧ

Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
14/10/15



την οποία υποδεικνύει
στους συμπολίτες
του με το
ευρηματικό brand
name ως 'Πράσινη
Γη', τη γνωστή σε
όλους

Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
14/10/15



Γροιλανδία



Ιαματικός / θερμαλιστικός τουρισμός

Brighton 18^{ος} αιώνας

Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
14/10/15



Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
10/14/15



Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
14/10/15



(1927)

Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
14/10/15

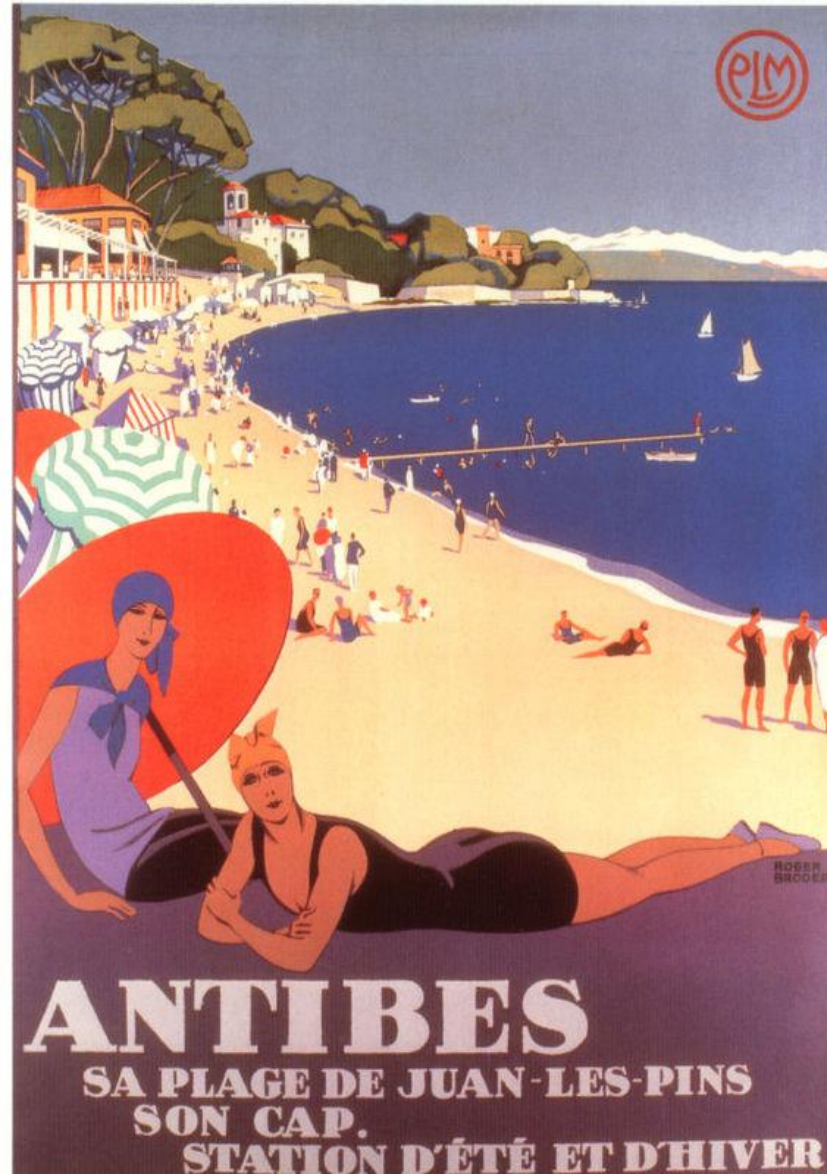


Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
14/10/15



(1910)

Το Μάρκετινγκ του Τόπου σε παρελθόντα χρόνο: Καταβολές και
εξέλιξη δράσεων προώθησης χωρικών ενοτήτων
14/10/15





Προβολή διαδρομών / δικτύων,

παρά σημειακών στοιχείων, μεμονωμένων
προορισμών / αξιοθέατων

(πχ Swiss Grand Tour

<http://grandtour.myswitzerland.com/en>)



Place Marketing:

The stage of place promotion

The stage of planning instrument

The stage of corporate brand



Place Marketing:

Δομιστική προσέγγιση: μετατροπή
χρηστικών χωρικών αξιών σε
ανταλλακτικές χωρικές αξίες

Λειτουργιστική προσέγγιση: ενεργοποίηση
κοινωνικών υποκειμένων / δρώντων



Με στόχο

Resilience (χωρική αντοχή – ανθεκτικότητα)

Adaptation – adaptability

(προσαρμογή – προσαρμοστικότητα)