

Ludovica Leonardi - Green Marketing e Grandi Eventi: i casi Olimpiadi 2026 e Formula E

Numerosi problemi ambientali e catastrofi contrassegnano il periodo storico attuale: questi, non potendo più essere ignorati, rappresentano un'urgente sfida globale data dalla necessità di dover correggere il modo di esistere e di operare di Aziende, Istituzioni e singoli cittadini in direzione di un nuovo Sviluppo Sostenibile.

Il primo capitolo, dopo un excursus storico, filosofico ed economico circa il rapporto tra uomo e ambiente, giunge alla definizione del concetto di Sviluppo Sostenibile e alla spiegazione dei suoi framework metodologici più importanti, a cui fa seguito un breve riassunto delle Tappe Istituzionali Internazionali in cui i Paesi del mondo si sono riuniti per discutere circa le possibili risoluzioni, oltre a un'analisi conclusiva sullo scenario di oggi e sulle prospettive future.

Il secondo capitolo verte su tutto ciò che riguarda l'applicazione del concetto di Sviluppo Sostenibile al mondo del marketing, cioè il Green Marketing: nascita ed evoluzione, definizione ed obiettivi, la celebre Matrice di Grant, una rassegna sulle caratteristiche del nuovo target di consumatori eco-friendly, la spiegazione del Green Marketing Strategico ed Operativo (costituito dalle 4 leve del marketing mix in chiave green), ed infine rischi e vantaggi delle strategie di marketing sostenibile.

Il terzo capitolo si declina ancora di più nel dettaglio tramite l'applicazione del Green Marketing al settore degli eventi, cioè il Green Event Management, i suoi Standard Internazionali, i suoi criteri, i suoi vantaggi, le sue regole ed una vera e propria guida operativa con una check liste delle green best practice per l'organizzazione di un evento che rispetti l'ambiente, massimizzi l'impatto sociale e generi benefici economici.

Il quarto capitolo si incentra sull'organizzazione sostenibile di due Grandi Eventi Sportivi, le Olimpiadi di Milano Cortina 2026 e la Formula E, per studiarne vantaggi, motivazioni e strategie (analizzate in base all'Agenda 2030 e alla matrice di Grant), e per approfondire la possibilità di generalizzare e sintetizzare gli insegnamenti dei due Case Studies anche all'organizzazione sostenibile di eventi su piccola scala.

La ricerca è stata condotta tramite le informazioni estrapolate dai Rapporti di Sostenibilità e da due interviste in profondità semi-strutturate. Attraverso questi contributi originali, la Ricerca giunge in definitiva a fornire un quadro completo del rapporto che intercorre tra il Green Marketing ed i Grandi Eventi, in vista dell'elaborazione di strategie efficaci che permettano di vincere la grande sfida dello Sviluppo Sostenibile.