



ANNA MARTINA

CITY MARKETING E GRANDI EVENTI

A.A. 2009/2010

Il citymarketing: marketing degli eventi

- Tale obiettivo comporta operazioni di arredo urbano qualificato, miglioramento delle reti ricettive, potenziamento di servizi e infrastrutture, o meglio, **è il grande evento a diventare un vero e proprio strumento di cui le città si avvalgono per innescare queste trasformazioni.**

Il citymarketing: marketing degli eventi

- E' importante che **il grande evento non sia considerato come l'unica politica di sviluppo urbano** possibile per evitare il rischio che la proposta, nel caso sia troppo debole o inadeguata alla città che la propone, non riesca a essere finalizzata.
- Es. Budapest, che è riuscita ad avere l'assegnazione della responsabilità dell'esposizione mondiale del 1996, ma ha dovuto in seguito rinunciare per le difficoltà incontrate.

Evento speciale - definizioni

Quasi tutti gli studiosi si riferiscono alle Olimpiadi, agli altri avvenimenti sportivi, alle fiere e a tutte le altre manifestazioni indifferentemente con gli stessi termini: ***mega-eventi*** (mega-events), ***grandi eventi*** (big events), ***eventi di qualità*** (hallmark events), o ***eventi speciali*** (special events), senza fare ricorso a un apparato concettuale e classificatorio più preciso, che eviti sovrapposizioni.

Evento speciale - definizioni

Una prima definizione

Hallmark events
eventi di qualità

(Ritche 1984, Hall 1999, Chalkley e Essex 1999)



Eventi a breve durata e alto profilo

Evento speciale - definizioni

Interventi “di breve durata e alto profilo”(Hiller), diversificati per il tipo di offerta e servizi erogati, con un coinvolgimento massiccio di quote consistenti di utenti, in parte locali, in parte provenienti da bacini molto ampi e diversificati (Hall, 1992 e Getz, 1997)

Evento speciale - definizioni

- Interventi la cui organizzazione ha effetti considerevoli a livello territoriale
- Implicazioni di valenza **ECONOMICA, SOCIALE, CULTURALE, POLITICA** (Hiller,2000)



Per questo vengono messi in relazione con i processi di trasformazione della città

Evento speciale - definizioni

Mega Event

“Evento importante, ricorrente o organizzato solo una volta, di breve durata, che serve per accrescere la consapevolezza, il fascino, l'economia di una meta turistica a breve e/o lungo termine. Il successo di questi eventi dipende dal loro successo, unicità, importanza o capacità di creare interesse e attrarre l'attenzione” Ritchie 1987

Caratterizzazione dei Mega Events

L'evento ha durata limitata nel tempo,
le implicazioni vanno al di là della manifestazione:

- **“CICLO DIVITA”**
- **LEGACY:** l' eredità che richiama sia i simboli e gli elementi di identità culturale, sia le infrastrutture, gli edifici, gli impianti da riutilizzare con nuove destinazioni d' uso

Tale eredità deve essere attentamente programmata (Purchas, 2000; Bobbio, Guala 2002)

Caratterizzazione dei Mega Events

- **attrazione dei mass media** e effetto psicologico sull'opinione pubblica (da qui l'esigenza di spettacolarizzazione) **MEDIA EVENT (De Moragas)**;
- **creazione di grandi e nuovi flussi di visitatori**;
- interventi di natura infrastrutturale;
- impatto sulla domanda e sull'offerta;
- caratteristiche di unicità e di forte focalizzazione su una determinata area;
- ricorrente nel tempo/ occasionalità come le Olimpiadi;
- fase di preparazione e pianificazione operativa piuttosto lunga;
- grandi investimenti i cui effetti possano sbalordire il mondo

Classificazione dei Mega Events

Sulla base di queste definizioni si riconoscono come Eventi Speciali:

- **le Fiere o le Esposizioni mondiali**
- **i grandi eventi culturali e di spettacolo**
- **le riunioni periodiche G7 e G8**
- **i grandi appuntamenti sportivi (Olimpiadi)**

Classificazione dei Mega Events

Classificazione di Roche (2000) rielaborando Hall-4 categorie di eventi:

- *Mega events*
- *Special events*
- *Hallmark events*
- *Community events*

Classificazione dei Mega Events Roche (2000)

<i>Tipologia di evento</i>	Esempio	Target	Copertura TV
<i>Mega-eventi</i>	Expo mondiali Olimpiadi Campionato del Mondo di calcio	Globale	TV globale
<i>Special Events</i>	Grand Prix (F1) Eventi sportivi “world regional” (es. Pan-Am Games)	“World regional” o nazionale	TV internazionale o nazionale
<i>H a l l m a r k events</i>	Grandi eventi sportivi (es. Australian Games, Big City sport/Festival)	N a z i o n a l e / regionale	TV nazionale o locale
<i>C o m m u n i t y events</i>	Eventi di città rurali, eventi locali-regionali Eventi a livello di comunità	Regionale o locale	TV o stampa locale

Classificazione dei Mega Events

Tassonomia di Roche non esaustiva,
rimangono esclusi:

- Le grandi mostre d'arte o grandi iniziative d'arte
- I festival
- I summit internazionali o le iniziative di network in rete (es. città europee della cultura)

che comunque muovono visitatori, attirano media e svolgono funzione di marketing dei luoghi

Finalità dei Mega Events

1. **Eventi a legittimazione politica a livello internazionale**
2. **Eventi e trasformazione territoriale**
3. **Eventi, sviluppo economico, turismo**
4. **Eventi, visibilità, riposizionamento(*on the map*)**

Finalità dei Mega Events

1. Eventi e legittimazione politica a livello internazionale:

- Giochi Corea (1988) e Pechino (2008)
- Expo universali come dimostrazione potenza economica e politica (es. Gran Bretagna)
- Spagna 1992 (Madrid: Città europea della cultura, Siviglia Esposizione Universale 500 anni scoperta dell' America, Barcellona con i Giochi Olimpici)

Finalità dei Mega Events

2. Eventi a trasformazione territoriale:

- I ME implicano operazioni di arredo urbano, miglioramento reti ricettive, potenziamento servizi e infrastrutture, miglioramento sistema ricettivo, creazioni di nuove strutture e nuovi manufatti urbani
- Edifici, monumenti, simboli (es. Torre Eiffel per Esposizione Universale del 1889, Stadio di Wembley British Empire Exhibition 1924-25)

Finalità dei Mega Events

3. Eventi, sviluppo economico, turismo

Oltre agli effetti temporanei (edilizia)

Consolidamento sistema imprenditoriale e turismo grazie alla visibilità e attrattività acquisita dai luoghi

Valorizzazione territorio =

marketing degli eventi = marketing dei luoghi

Finalità dei Mega Events

4. Eventi, visibilità, riposizionamento

Per posizionare una città on the map

Es. Olimpiadi Sydney 2000: volano per lo sviluppo turistico in Australia

Per una tassonomia dei Mega Events (Guala)

Variabili che incidono sui ME:

- Scala su cui gli eventi si muovono
- Effetti economici e occupazionali
- Natura e contenuto
- Strutture e *facilities*
- Target e pubblico
- Ruolo dei media (dirette TV)

Tipologia di evento	Esempio	Target	Copertura TV
Eventi mega & media	Olimpiadi estive/invernali , finale coppa del mondo di calcio	Globale	diretta TV
Mega-eventi	Expo universali/ Fiere Internzionali	Globale	servizi TV
Eventi sportivi speciali	Finali sportive specialistiche, mondiali di atletica, Grand Prix (F1), motociclismo, mondiali di sci, America's Cup di vela.	Globale e/o "world regional"	diretta TV e alcune gare in differita
Eventi politici speciali	Summits internazionali (es.G7/G8)	Global o world regional	servizi TV
Eventi economici speciali	Fiere internazionali specialistiche(es. salone dell'auto, motorshow, Salone del libro, Salone della Nautica)	Nazionale o world regional	servizi TV
Eventi culturali speciali	Festival del cinema, del teatro, network delle "città educative", "città europee della cultura", grandi mostre d'arte, UNESCO World Heritage List*	Internazionale/ nazionale	servizi TV
Eventi religiosi speciali	Giubileo (Roma), Ostensione Sacra Sindone (Torino), Camino de Santiago (Santiago de Compostela)	Internazionale/ nazionale	Alcune dirette e servizi TV
Grandi opere*	Guggenheim (Bilbao), Potsdamer Platz (berlino), Millenium Dome (Londra), Ponte Vasco de Gama(Lisbona)	Impatto nazionale e regionale	Dirette, servizi TV, set per film e spot

***Le grandi opere/ “opere evento”**

Interventi, anche molto diversi, da opere simboliche e monumentali a nuovi musei, da esperienze di recupero urbano e infrastrutture (ponti e ferrovie) che rappresentano “eventi permanenti” assimilabili ai ME:

- Richiamano turisti e city users
- Effetti economici
- Pianificazione attenta
- Attenzione mass media/ utilizzo come set per film e spot pubblicitari
- Implicazioni non sempre prevedibili (serendipity)

*Le grandi opere/ “opere evento”

- Tour Eiffel(Parigi)
- Potsdamer Platz (Berlino)
- Guggenheim (Bilbao) e archistar (Santiago Calatrava per il nuovo aeroporto, ponti e passerelle, Frank O.Gehry per il Guggenheim e Norman Foster per la metropolitana: un esempio di rigenerazione urbana senza ME)
- I waterfront (rivitalizzazione vecchi bacini portuali e ristrutturazione magazzini: Amsterdam-museo della scienza, Barcellona-, Baltimora-centrale del gas, San Francisco-fabbrica del cioccolato, Genova-Magazzini del Cotone)

Media events/ Mega event

MEDIA EVENT

Le **Olimpiadi*** sono innanzitutto **media event** perché catalizzano l'attenzione dei media internazionali, attirano grandi introiti economici attraverso la vendita dei diritti televisivi e il supporto degli sponsor

- * La più importante occasione oggi immaginabile in termini di investimenti, comunicazione, opere pubbliche e iniziative private

MEGA EVENT

Le **Esposizioni** si connotano come **mega event**, con una grande capacità di attrarre visitatori sul lungo periodo.

Le "expo", se connotate da una forte identità e ben caratterizzate, possono essere soprattutto uno strumento di visibilità per il paese ospite come vetrine del progresso culturale e della ricchezza territoriale.