

Indice sommario

1. Gli eventi

di Sonia Ferrari

1. Gli eventi pianificati	1
2. Definizione e caratteristiche	5
3. Gli eventi speciali	37
4. Gli <i>hallmark events</i> e i grandi eventi	38
5. Come cambia il <i>loisir</i>	49
6. L'evoluzione nel settore degli eventi	54
7. I servizi per il tempo libero: un'ipotesi di classificazione	58

2. L'evento come esperienza

di Sonia Ferrari

1. L'evento come pacchetto di servizi	67
2. L'economia dell'esperienza	83
3. L' <i>event experience</i>	89
4. Le leve esperienziali per la gestione degli eventi	98
5. L'immagine dell'evento	108

3. Eventi e territorio

di Sonia Ferrari

1. L'evento come risorsa turistica	113
2. Il marketing territoriale e gli eventi	136
3. Gli eventi come strumenti di marketing urbano	140
4. La valutazione degli eventi, la <i>legacy</i> e la sostenibilità	147
5. Il management sostenibile di un evento	152
6. Gli eventi e le comunità locali: l'impatto socio-economico sul territorio	160
7. L'immagine dei luoghi, gli eventi e le politiche di <i>branding</i>	178

4. L'event marketing

di Sonia Ferrari

1. L' <i>event marketing</i> e le sponsorizzazioni	185
2. Finalità dell' <i>event marketing</i> e condizioni per massimizzarne l'efficacia	194
3. L'immagine dell'evento, l'immagine dello sponsor e il comportamento d'acquisto	204
4. Il mecenatismo, il <i>cause related marketing</i> e le sponsorizzazioni sociali	210
5. La sponsorizzazione degli eventi sportivi	219
6. L' <i>event marketing</i> e il mondo dell'arte e della cultura	234
7. Il <i>fund raising</i> e gli eventi speciali	245

5. Il management degli eventi

di Anna Rita Veltri e Giuseppe Emanuele Adamo

1. Le fasi di realizzazione di un evento	251
2. L'ideazione e la progettazione	253
3. Le principali aree oggetto di pianificazione operativa.....	265
4. Il marketing degli eventi	284
5. Le <i>Information and Communications Technologies</i> (ICT), Internet ed i social media.....	296
6. La misurazione della soddisfazione.....	302

6. Grandi eventi e territorio: alcuni casi

di Chito Guala

1. I Giochi Olimpici, un Mega Evento top: rigenerazione urbana, impatto territoriale, comunicazione	305
2. Le diverse finalizzazioni delle Olimpiadi.....	307
3. Quali variabili incidono sui Giochi.....	322
4. Il ruolo strategico dell'opinione pubblica.....	325
5. Una riflessione: Olimpiadi vs Expo.....	330
6. La <i>nomination</i> a "Capitale Europea della Cultura". Tra storia e identità.	331
7. Conclusione: lavorare per l'Evento o per la Legacy?.....	337

<i>Bibliografia</i>	339
---------------------------	-----

