



Green marketing and territorial marketing

Final conference

Bologna, 13th December 2012

IL GREEN MANAGEMENT E MARKETING NELL'APROSPETTIVA DEI PIÙ RECENTI STUDI DI MARKETING

a cura di Fabio Ancarani

Professore di Economia e Gestione delle Imprese e Marketing

Alma Mater Studiorum, Università di Bologna

Nel corso degli ultimi 20 anni, il marketing management ha vissuto numerose evoluzioni. Come si evince da una recente ricerca che ha comparato l'edizione 2012 del Kotler Keller Ancarani Costabile "Marketing Management" con l'edizione del volume di Kotler di 20 anni prima, alcune parole chiave emergono nel marketing management. La rivoluzione copernicana che pone al centro il cliente ed il brand, al posto del prodotto e dell'impresa, l'emergere prepotente del digital e social marketing, la globalizzazione e globalizzazione delle strategie internazionali, sempre più baricentrate sui paesi BRICs. Tra questi trend, non da ultimo l'emergere del non profit and social marketing, all'interno del più ampio temo della corporate social responsibility. Il Green Marketing e Management si inserisce all'interno di questo filone; in una prospettiva di crescente interazione tra profit e non profit, il Green Marketing sia contribuisce alla crescente differenziazione ed incremento del valore del brand di imprese profit, ma anche alla valorizzazione delle aree territoriale e dei propri prodotti all'interno del marketing dei territori.