

Sport, solidarietà e business: una serata di stelle per Pupi

2026-05-13 12:15:31 di Forbes.it

URL:<https://redazione.forbes.it/2026/05/13/serata-di-stelle-per-pupi/>

Al Duomo Space di Milano, la casa di *Forbes Italia*, si è tenuto un esclusivo incontro dedicato ai protagonisti dell'industria sportiva e del business per esplorare importanti sinergie di valore. L'evento, introdotto dal direttore commerciale di *Forbes Italia* **Michele Belingheri**, ha visto la partecipazione di **Javier Zanetti** e **Maria Cristina Russo**. L'occasione ha permesso di presentare ad un pubblico BtoB il grande charity show televisivo **“Una Serata di Stelle per Pupi”**, un'iniziativa in cui sport, spettacolo e solidarietà si fondono per un obiettivo estremamente concreto. Potente e universale, lo sport è infatti il motore capace di unire comunità e generazioni. Napoli, quest'anno Capitale Europea dello Sport, ne rappresenta una delle espressioni più autentiche. Proprio in questa cornice d'eccezione, in Piazza del Plebiscito, la **Fondazione Pupi** — creata da [Javier](#) e Paula Zanetti e impegnata nella tutela dei diritti integrali dei minori — celebrerà i suoi **25 anni** con un grande charity show in diretta televisiva. **“Una Serata di Stelle per Pupi”** sarà un evento in cui sport, spettacolo e solidarietà si incontrano per un obiettivo chiaro: sostenere concretamente i progetti della Fondazione Pupi in Italia e in Argentina, trasformando l'energia dello sport e l'emozione della piazza in opportunità reali per costruire un futuro migliore per tanti bambini e famiglie

I 25 Anni della Fondazione Pupi: da Buenos Aires a Napoli

L'obiettivo dell'incontro è stato chiaro fin da subito: trasformare la solidarietà in un'opportunità di posizionamento etico per le aziende. **Maria Cristina Russo** ha delineato perfettamente la visione della sua agenzia **Oltre Consulting**: "Abbiamo una missione specifica nel mondo dello sport e dell'entertainment che è quella di creare valore, valore di business per i nostri clienti che sono fundamentalmente corporate, brand e stakeholder". Sottolineando l'esclusività dell'approccio strategico, ha aggiunto: "Piace definirci dei sarti, delle boutiques, nel senso che una delle caratteristiche nostre è proprio quella di non proporre mai delle soluzioni standard, ma di creare delle soluzioni innovative e create appositamente per quelle che sono le esigenze dei nostri clienti". Al centro dell'intero ecosistema valoriale c'è la [Fondazione Pupi](#), giunta a un traguardo storico. **Javier Zanetti** ha ripercorso le origini del progetto con la consueta autenticità: "La Fondazione Pupi nacque nel 2001 e, sinceramente, quando siamo partiti, seguivamo con 39 bambini di una periferia di Buenos Aires, nella quale volevamo aiutare e cercare di dare un futuro migliore". Da allora, l'impatto sociale si è moltiplicato in modo esponenziale, arrivando oggi a sostenere più di 1200 famiglie. L'approdo a Napoli, città profondamente legata all'Argentina, rappresenta il palcoscenico ideale per celebrare questo percorso. Maria Cristina Russo ha ribadito la missione centrale del grande evento in Piazza del Plebiscito: "Lo scopo è la raccolta fondi. La serata televisiva sarà sostanzialmente l'evento clou, la punta dell'iceberg, ma attorno c'è tutta una massa di comunicazione e di attività che poi sfoceranno alla serata". A garanzia della massima trasparenza, i fondi destinati al territorio campano saranno gestiti con estremo rigore: "Un primo screening avviene grazie all'aiuto della Fondazione Cannavaro Ferrara e del Comune di Napoli, proprio perché c'è una selezione delle caratteristiche sostanzialmente delle diverse associazioni; ci sarà poi una fase di controllo di tutto quello che sarà l'utilizzo e l'attivazione".

Una rete corale di sostegno

Questa visione, inaugurata ufficialmente al Duomo Space di Milano grazie alla collaborazione tra Forbes

Italia, Oltre Consulting e Fondazione Pupi, si espande verso il charity show di Napoli attraverso il contributo del Comune di Napoli e una potente copertura mediatica garantita da Sky, TV8, Il Mattino e LaPresse. Il successo dell'iniziativa poggia su una rete corale che vede Radio Kiss Kiss impegnata nel coinvolgimento del pubblico e nella promozione della biglietteria, mentre l'architettura delle donazioni e la logistica dell'evento sono rese possibili dalla sinergia tecnologica tra Bper e Mastercard, insieme al supporto di Trenitalia con Frecciarossa.