



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI DI TRIESTE

Dipartimento di Scienze Economiche, Aziendali,
Matematiche e Statistiche "Bruno de Finetti"

MARKETING

A.A. 2018-19

L'evoluzione del marketing e del rapporto industria-distribuzione-consumo

Prof.ssa Patrizia de Luca

E-mail: patrizia.deluca@deams.units.it

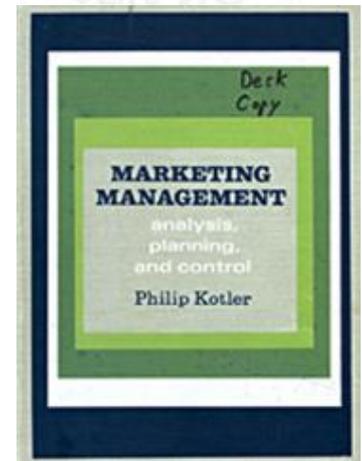


Il marketing e la sua evoluzione

- Ruolo del marketing in economia di mercato: organizzare lo scambio volontario e concorrenziale per assicurare un incontro efficace ed efficiente tra domanda e offerta (Lambin, 2008).
- Marketing come:
 - teoria delle relazioni di scambio di mercato
 - disciplina tecnica
- Necessità di inquadramento in una cornice spazio-temporale

Linea spazio-temporale del marketing

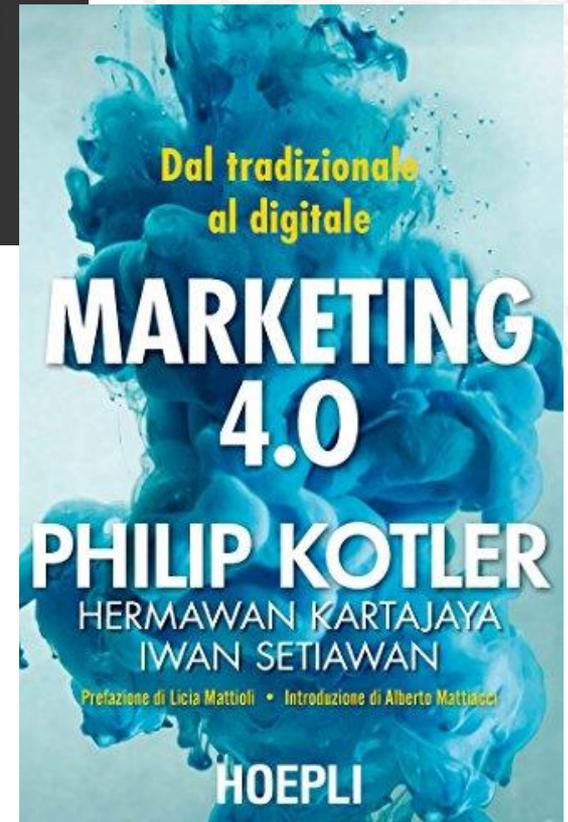
- Era dell'empirismo: dall'antichità alla seconda Rivoluzione industriale, verso la fine del XIX secolo (Mercantilismo e Rivoluzione industriale: XVII – XVIII sec.)
- Era della disciplina: dal XX secolo (il «secolo breve») verso i nuovi spazi economici del XXI secolo
 - Nascita del management (XX secolo)
 - Incontro con la psicanalisi (1930 circa)
 - Interpretazione e assemblaggio di Philip Kotler (1967, Marketing Management, I edizione)
 - Rivoluzione digitale (1985, Web 1.0...4.0...)





"In the coming decade, marketing will be re-engineered from A to Z. Marketers will need to rethink fundamentally the processes by which they identify, communicate and deliver customer value."

Philip Kotler, 1999
Kotler on Marketing



Produzione-distribuzione-consumo: le tappe evolutive

Produzione
artigianale

Rivoluzione
industriale

Rivoluzione
commerciale

Rivoluzione
digitale



Produzione
industriale di massa

Grande
Distribuzione

Internet

Concorrenza e
differenziazione

Marca
Commerciale
(*store loyalty*)

E-business

Industria di Marca
(*brand loyalty*)

Rapporti
Industria di
marca e Grande
Distribuzione

Nuovi rapporti
Industria-Distribuzione-Consumo

Marketing 4.0

Nuovo «customer journey»



27 settembre 1908: viene costruita la prima Ford Modello T

https://www.youtube.com/watch?v=AgL1ZL_sh08

Il **27 settembre** del **1908** viene costruita la prima **Ford Modello T**, la prima vettura prodotta in grande serie utilizzando la tecnica della **catena di montaggio**.

Progettata da **Henry Ford**, **Charles Harold Wills**, **József Galamb** e **Jenő Farkas**, questa vettura venne conosciuta anche con il nome di **Tin Lizzie** (*lucertolina di latta*), **Flivver** (*macinino*) o semplicemente **Ford T**, e venne prodotta dalla **Ford Motor Company** dal 1908 al 1928.

Il 18 dicembre del 1999 questa vettura venne scelta fra una lista di 700 candidate e votata come **auto del secolo**.

(Fonte:

http://www.occhiopavese.it/elements/62/news/142/Accadde_Oggi/2493/27_settembre_1908_viene_costruita_la_prima_Ford_Modello_T/)

Rivoluzione commerciale: cenni

- Sviluppo della distribuzione
 - Nuove forme distributive
 - Crescita
 - Succursalismo
 - Associazionismo (Gruppi d'acquisto e Unioni volontarie)
 - Franchising
- Da frammentazione a concentrazione: GD e GDO
 - Differenziazione e store loyalty
- Nuovi rapporti industria – distribuzione: conflittualità e collaborazione

I NUMERI DEL GRUPPO PAM


PUNTI VENDITA
684


PATRIMONIO IMMOBILIARE
681.000
METRI QUADRATI


FATTURATO
2,40
MILIARDI


COLLABORATORI
9.500

LE NOSTRE INSEGNE

Supermercati e
Ipermercati



Supermercati
di prossimità



Discount



GDO
in franchising



Fonte: <http://www.gruppopam.it/> (consultato il 2/10/2018)



OVS S.p.A. è il **gruppo leader in Italia nel mercato dell'abbigliamento** mediante la creazione, realizzazione e commercializzazione di capi di abbigliamento per donna, uomo e bambino attraverso i marchi **OVS** e **UPIM**.

Il **brand OVS** nasce all'interno del **Gruppo Coin** nel 1972 e con una progressiva espansione del proprio network ha saputo nel tempo sviluppare un legame di fiducia con la clientela raggiungendo una brand awareness nel mercato italiano pari al 97% nel 2013 (fonte Doxa).

OVS S.p.A. detiene anche il marchio **UPIM** che si posiziona nel segmento value del mercato dei prodotti di abbigliamento per donna, uomo e bambino in Italia e si rivolge principalmente alla famiglia. **UPIM**, presente in Italia dal 1928, è stata acquisita nel gennaio 2010.

Il Gruppo opera secondo un modello di business tipico dei retailer verticalmente integrati e prevede le seguenti attività: sviluppo del prodotto affidato a un team di product manager, designer e merchandiser, che, appoggiandosi a una struttura di gruppo altamente specializzata nel sourcing con forte presenza nelle aree geografiche chiave, concepisce, sviluppa e realizza presso fornitori esterni il merchandise mix, sotto la guida artistica dei fashion coordinator e quella organizzativa dei category manager.

OVS S.p.A. opera attraverso la propria rete di vendita su tutto il territorio nazionale con negozi che si caratterizzano per diverse dimensioni in termini di superficie e diverse modalità di gestione (vendita diretta o in franchising). Il Gruppo è inoltre il leader, nella categoria bambino in Italia e negli ultimi 4 anni ha ricevuto il riconoscimento del premio "Retailer of the Year" per alcune categorie di prodotto.

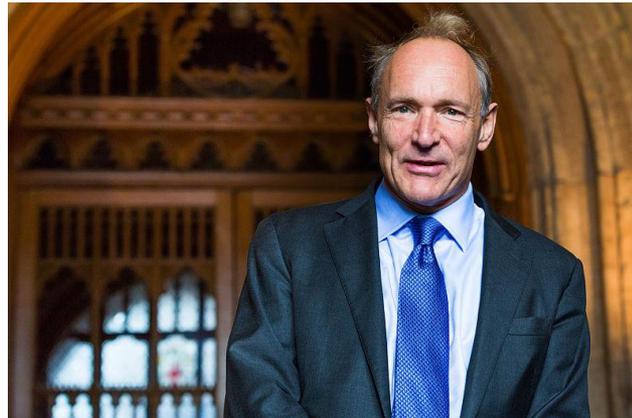
Ultima modifica: 2018 - 06 - 29

Fonte: <http://www.ovscorporate.it/it/azienda> (consultato il 2/10/2018)

Rivoluzione digitale: cenni



Nel 1989 **Tim Berners Lee** inventò il **world wide web**, un sistema che permetteva la consultazione collettiva via Internet di pagine web raggiungibili con iperlink. Nel 1991 Berners Lee pubblicò il primo sito web al mondo, al CERN di Ginevra, cambiando il mondo.



2014 - Sir Tim Berners Lee arriving at the Guildhall to receive the Honorary Freedom of the City of London (Foto di Paul Clark)
In https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sir_Tim_Berners-Lee.jpg, consultato il 1 ottobre 2018

Web 1.0

only read web

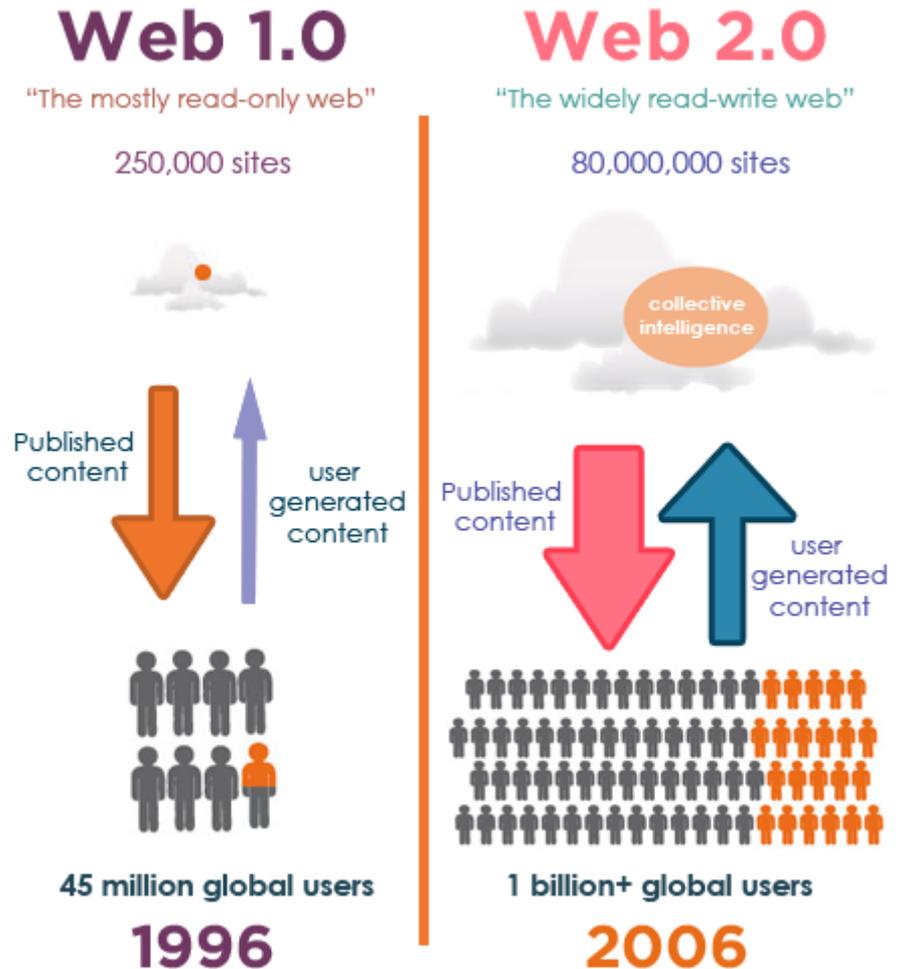


- 1990 – 2000 circa
- Siti web statici
- Solo i webmaster avevano competenze e strumenti per organizzare e gestire un sito internet
- Gli utenti potevano usufruire dei contenuti attraverso consultazione ma senza interazione



read-write web

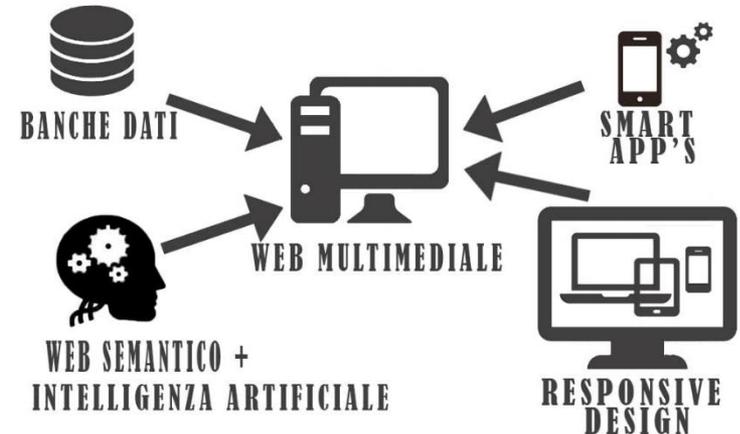
- 2000-2006 circa
- Linguaggi di programmazione dinamici
- Attenzione a usabilità e condivisione
- Interazione e partecipazione attiva degli utenti ai contenuti, alla loro classificazione e distribuzione
- Blogs, Wiki, Social Network, Forum



Fonte: <https://www.znetlive.com/blog/web-2-0/> (cons. il 1/10/2018)



read-write-execute web



- Rete come enorme database (Data Web)
- Intelligenze artificiali
- Web semantico (ruolo delle keywords)
- Web adattabile a diversi dispositivi
- Web potenziato, con effetti su società (ruolo dei social network)
- Web in 3 dimensioni



Big data and augmented reality

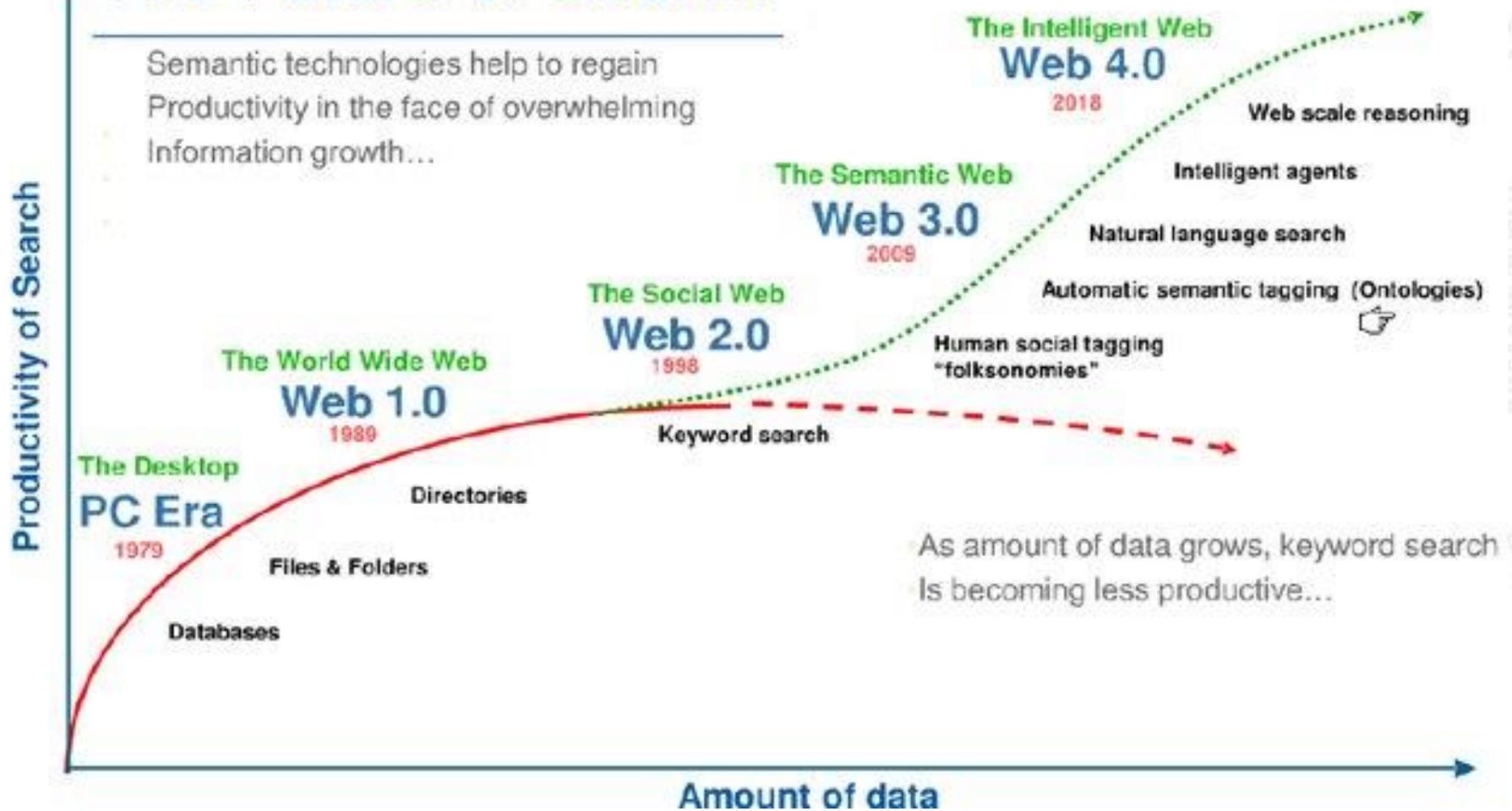
Web 4.0



Web contains documents and data that are **understood** by machines

- Realtà aumentata
- Alter ego digitale
- Nuove interfacce
- Controllo dell'informazione
- ... in evoluzione

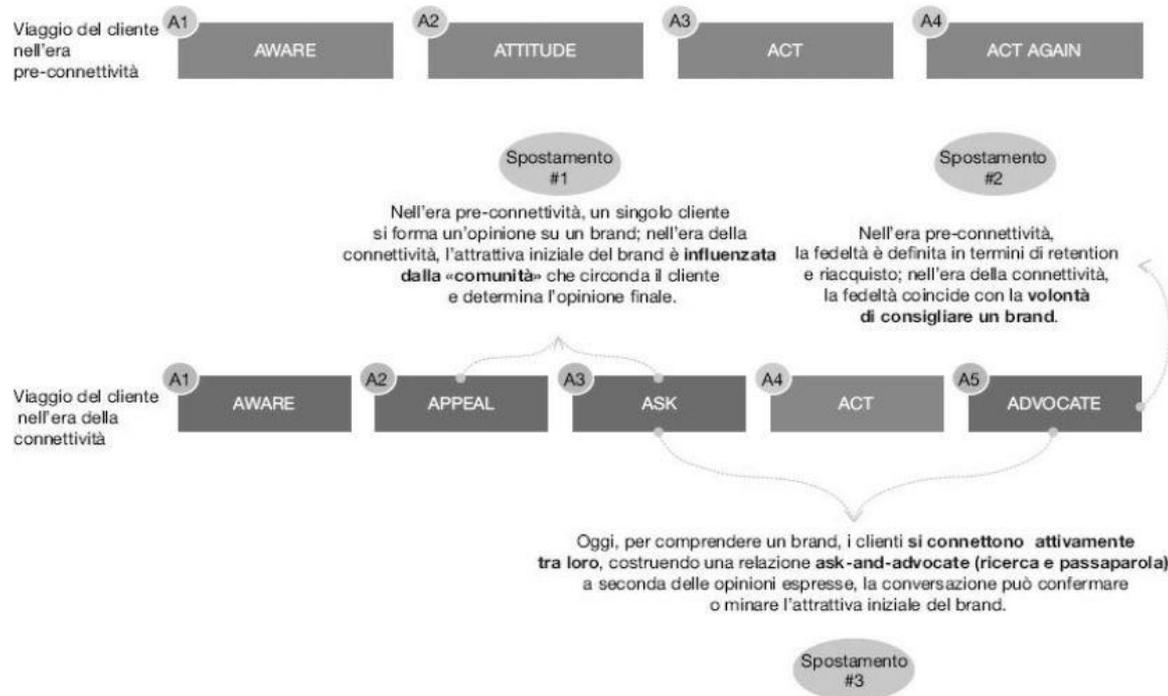
The Future of Search



Fonte:

https://www.researchgate.net/publication/221522851_Governance_Sociotechnical_Systems_and_Knowledge_Society_Challenges_and_Reflections (cons. il 2/10/2018)

Il nuovo «viaggio del cliente»



Fonte: Kotler et al. (2017), Marketing 4.0, Fig. 5.2

Multichannel



Omnichannel



L'orientamento delle imprese

- Produzione
- Prodotto
- Vendita
- Marketing
- Cliente
- Marketing sostenibile



Pochi prodotti, come l'acqua minerale, esprimono il livello di sofisticazione del consumo raggiunto dalle società ricche di oggi.