

#MATURITA' 2015

CONSUMI MERCATI E CONSUMATORI
Insomma ... MARKETING

Alberto MATTIACCI

Ordinario di *Economia e Gestione delle Imprese*



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Consumi

PERCHE' SONO IMPORTANTI?

$$Y = C + I + G + X$$



QUANTO CONSUMIAMO ?

La spesa degli italiani

Quota % delle uscite



Fonte
ISTAT (2010) *Rapporto Annuale*





DEPRIVAZIONE MATERIALE

11,1 % (2011)

12,5 % (2014)

POVERI ASSOLUTI

5,7 % (2011)

8 % (2014)

Fonte
ISTAT (2014) *Rapporto Annuale*



Mercati

COSA E' UN MERCATO?

È un concetto che richiama un luogo nel quale liberamente si incontrano dei **venditori** e dei **compratori**, per scambiarsi un quid che per ciascuno assume valore. Ha due livelli:

Aggregato

Il mercato del vino da tavola (categoria)

Il mercato statunitense dell'abbigliamento (spazio)

Il mercato dei giovani (domanda)

Il mercato online (piattaforma/canale)

Il mercato dei vini premium (fascia di valore)

Specifico dell'impresa

Il mercato di Apple





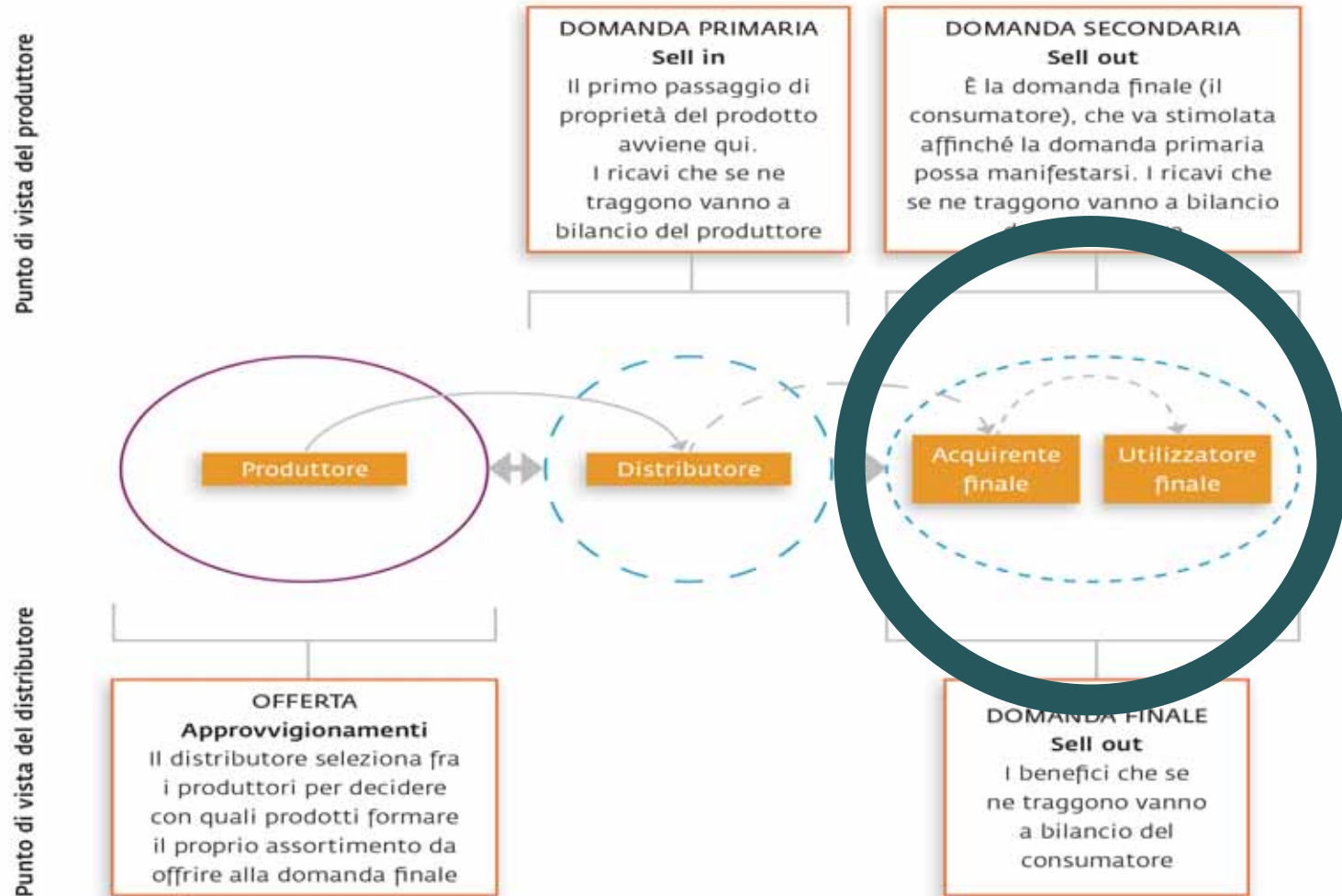
Gusti ritrovati, sapori autentici, profumi che credevi perduti. Conad ti viene incontro con Saporì&Dintorni Conad: prodotti tipici italiani da gustare e degustare.

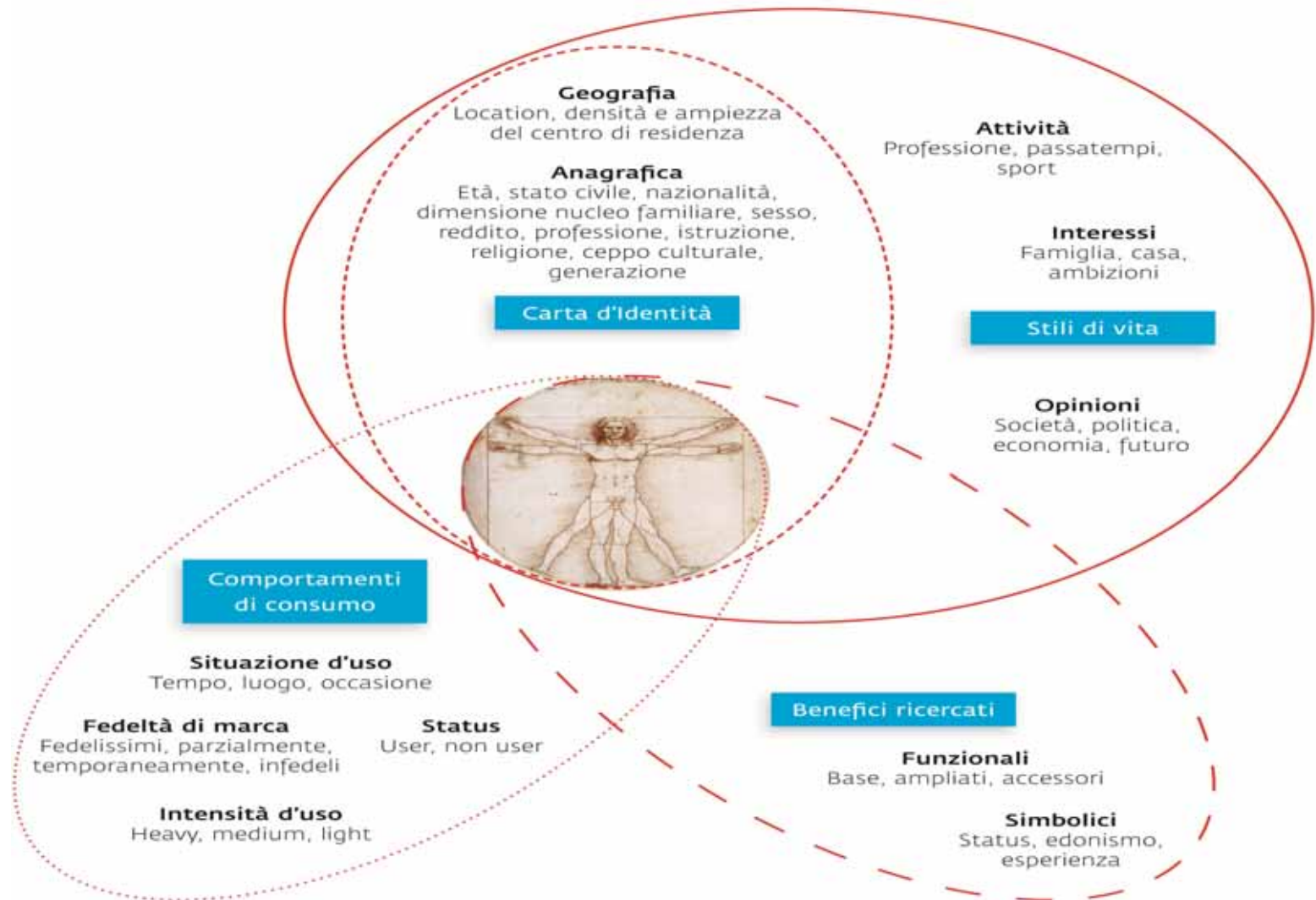


SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA

Consumatori

CHI E' DOVE STA?







Marketing

Sistema di pensiero e azione
per creare e governare mercati
attraverso offerte di valore
fondate sulla differenza percepita

Obiettivi:

Conquistare la scelta

Vincere l'indifferenza

Creare differenze



CONSUMI

ISTAT, *Relazione annuale* (www.istat.it)

CONSUMATORI

Fabris G. *Il nuovo consumatore*, F.Angeli, 2010

MARKETING

Mattiacci A., Pastore A. *Marketing*, Hoepli, 2014



Viviamo tutti sotto uno stesso cielo
ma non abbiamo tutti lo stesso orizzonte

Konrad Adenauer