



DISAQ

# Marketing Internazionale (A001772-A002123) A.A 2023-24

Modulo 4.5: Il concetto di Cambiamento  
Veri e falsi: Marketing mix a confronto

Prof. Mauro Cavallone

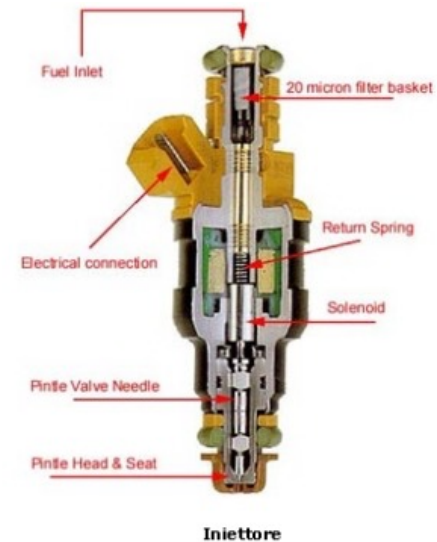
---

Al termine di questo modulo vi saranno chiare/i:

- Il concetto di cambiamento in ambito Marketing
- La differenza tra alcuni prodotti «veri» e «falsi»
- La differenza nel Marketing mix tra alcuni prodotti «veri» e «falsi»

# *Il concetto di cambiamento*

“Quello che il bruco chiama fine del mondo, il resto del mondo chiama farfalla”



## *Il concetto di cambiamento ieri*



1950



1960



1970



2015

# Il concetto di cambiamento oggi



---

## *Il concetto di cambiamento ieri*



---

## *Il concetto di cambiamento oggi*



---

## *Il concetto di cambiamento oggi*



Vestiti sempre come se dovessi finire  
su instagram.

Vero?  
Falso?  
Per chi?



## *Il concetto di cambiamento oggi*



1958



2019

<https://www.ninjamarketing.it/2021/03/08/giornata-internazionale-donne-2021-pubblicita-piu-inclusive/>

**GRISBI**  
Chocolate  
CIOCCOLATO



# Veri e Falsi



## Veri e Falsi



## Veri e Falsi

4P	DOLCINDORA	BUONDI
<b>Prodotto</b>	Brioche glassate con granella di zucchero, sia vuote che al cioccolato.	Brioche glassate con granella di zucchero, sia vuote che ripiene (cioccolato, cacao, albicocca e ciliegia)
<b>Prezzo</b> (6 brioche)	1,39 €	1,69 €
<b>Pubblicità</b>	Sito web In's	-Spot televisivi -Inserzioni sul web e nelle riviste -Sponsor (Milan)
<b>Politica distributiva</b>	Prodotte da DolciIndora e distribuite nei soli supermercati In's. È posizionato nella sezione centrale.	Prodotte da Motta (azienda acquisita dalla Bauli) e distribuite nei piccoli e grandi magazzini nazionali. È posizionato nello scaffale più alto.

## Veri e Falsi

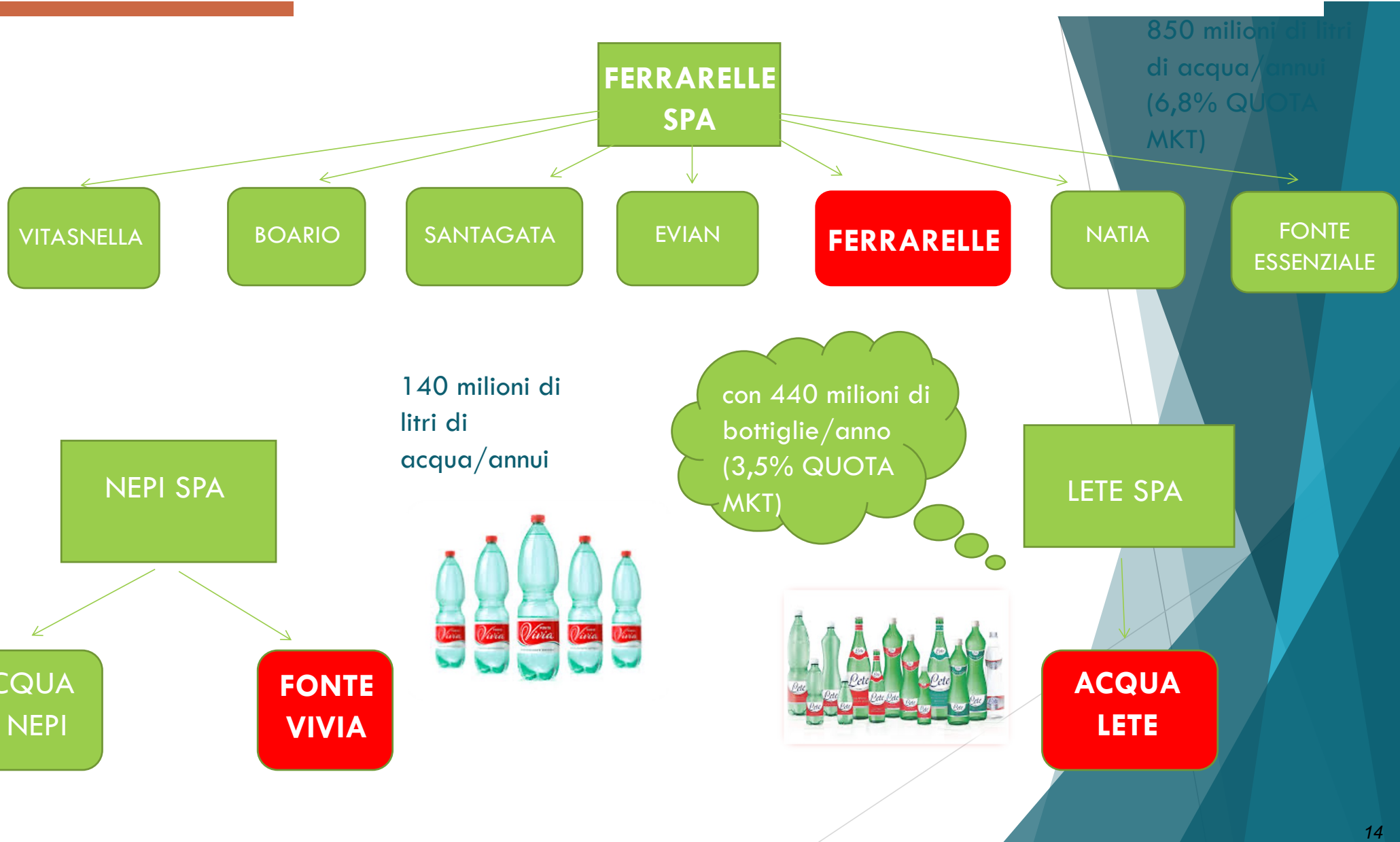
4P	Fruttolo maxi duo (Nestlé)	Bigusto (Malga Paradiso)
Prodotto	Formaggio fresco leggero dolce alla fragola e alla pesca addizionato con vitamina D.	Formaggio bigusto (fragola-vaniglia e vaniglia-albicocca)
Prezzo (400gr)	2,19€	1,59€
Pubblicità	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Spot tv</li> <li>• Sito web</li> <li>• Pubblicità all'interno dei punti vendita</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Voltantino del supermercato MD</li> </ul>
Politica distributiva	Prodotto da Nestlé e distribuito in tutti i grandi supermercati. Il posizionamento nel banco frigo è all'altezza del volto.	Malga paradiso è un marchio MD e viene distribuito nei soli punti vendita MD/LD. Il posizionamento nel banco frigo è all'altezza del volto.



---

## Falsi amici





# Conclusioni

## PRODOTTO

I sosia sono maggiormente presenti nei discount, dove solitamente vengono posizionati all'altezza del volto. La politica dei grandi supermercati si basa sulla creazione di una loro linea di prodotti (con il loro marchio), simili ai «LEADER» di mercato e sugli scaffali vengono posizionati vicino ad essi.

## PREZZO

I prezzi dei prodotti «sosia» trovati nei discount sono di solito molto inferiori rispetto al prezzo dei prodotti originali che vogliono imitare. Per quanto riguarda i prodotti delle marche dei supermercati il loro prezzo è intermedio.

## PUBBLICITÀ

I prodotti presenti nei discount vengono spesso pubblicizzati attraverso il volantino del discount stesso. I prodotti di marca vengono pubblicizzati attraverso diversi canali.

## POLITICA DISTRIBUTIVA

I prodotti leader si trovano sia nei grandi supermercati, sia nei soft discount, mentre i prodotti sosia si trovano solo in quest'ultimi.



Carrefour







## Review dei concetti chiave:

- Quali sono le principali sfide per il Marketing legate al tema del cambiamento
- Quali sono le principali differenze nel Marketing mix che avete notato tra prodotti veri e falsi