

Titolo della tesi: "**Le recenti strategie di marketing in Torino
per il prodotto immobiliare DE-GA**"

Autrice: Piera Maimone

Abstract

Lo scopo del lavoro elaborato è quello di rilevare e portare in evidenza le strategie di Marketing Immobiliare che l'Impresa DE-GA ha adoperato nel corso del tempo, e che le hanno permesso di riposizionarsi, di volta in volta, nel dinamico mercato torinese con un prodotto immobiliare che è riuscito a diventare un brand.

La DE-GA S.p.A. è un'impresa torinese che dal 1959 è presente nel mercato immobiliare della città nei settori dell'edilizia residenziale, commerciale, del terziario e dei servizi, operando in proprio e per conto di terzi.

L'impresa è strutturata per gestire al proprio interno tutte le fasi del processo industriale: dallo studio tecnico/economico di fattibilità, alla progettazione, la realizzazione, e nel caso di investimenti finalizzati alla vendita asset by asset anche la commercializzazione.

Il lavoro è diviso in due parti. Nella prima parte si presentano le maggiori trasformazioni territoriali che hanno interessato la Città di Torino dall'approvazione dell'ultimo PRGC, avvenuta nel 1995, e che in qualche modo hanno fatto da "binario" per l'Impresa, indirizzandola verso determinati investimenti che a loro volta hanno contribuito in modo determinante alle più significative modificazioni architettoniche e urbane della città.

Nella seconda parte poi, si analizzano nel dettaglio le varie strategie immobiliari che DE-GA ha attuato nel

The aim of the thesis is to detect and highlight Real Estate Marketing strategies that the company DE-GA has used over time, and that made it possible to reposition, time by time, into the dynamic market in Turin with a Real Estate product that has managed to become a brand.

DE-GA S.p.A. is a Turin company that since 1959 has been present in the city's real estate market in the areas of residential, commercial, of tertiary and services, working on their own and on behalf of others.

The company is structured to manage internally all phases of the industrial process: from the study of technical and economic feasibility, to the planning, realization, and in the case of investments for sale asset by asset, even marketing.

The work is divided into two parts. In the first part occur the greatest territorial transformations that have affected the city of Turin from the last PRGC approval in 1995, and that somehow made as "track" for the company, directing it towards certain investments that turn have contributed significantly to the most significant architectural and urban changes of the city.

In the second part , we analyze in detail the various real estate strategies

corso degli anni, per concentrare poi parte del lavoro sulla strategia immobiliare in atto in un investimento in corso di realizzazione: il 25Verde

Sempre nella seconda parte, in accordo con il tutor accademico e il tutor aziendale, si è scelte, infine, di applicare in maniera sperimentale uno strumento del Marketing Strategico per un caso studio.

Si tratta di un investimento ancora in fase di brainstorming, e lo strumento utilizzato, ovvero la Griglia Audit, si può rivelare un reale supporto per l'Impresa, che applica precise strategie di marketing e quindi si posiziona in modo innovativo nelle dinamiche dei mercati contemporanei.

La Griglia Audit è uno strumento di marketing strategico ampiamente utilizzato nel settore aziendale, ma che, nel caso esaminato di seguito, può essere utile se applicato anche dal punto vista del soggetto pubblico per facilitare riflessioni sui possibili scenari alternativi di sviluppo dell'area in esame.

that DE-GA has implemented over the years, then part of the job is concentrated on real estate strategy on an investment in progress: the 25Verde.

Finally, always in the second part, in agreement with academic tutor and business tutor it has been chosen to apply, experimentally, a tool of a Strategic Marketing for a case study.

This is an investment still in the brainstorming phase, and the instrument that has been used, namely the Audit Grid, may reveal a real support for the company, which applies specific marketing strategies and then placed in an innovative way in the dynamics of contemporary markets.

The Audit Grid is a strategic marketing tool widely used in the corporate sector, but in the case examined below, it can be useful if applied from the viewpoint of public entity to facilitate discussions on possible scenarios for the development of the concerned area .