

DCL ITALIEN







Diplôme de Compétence en Langue

Session du mercredi 21 mai 2014



Mise en situation et Dossier documentaire

Support de la phase 1

	Mise en situation	Page 2
 Document 1	La Rinascente extrait de: http://it.wikipedia.org/wiki/La_Rinascente	Page 3
 Document 2	Lione extrait de: www.lavoroinfrancia.it/lione.php	Page 4
 Document 3	Strumenti di fidelizzazione extrait de: http://www.programmadifidelizzazione.it/strumenti_di_fidelizzazione.php	Page 5
 Document 4	Il welfare aziendale in Italia extrait de: http://www.vita.it/social-innovation/il-welfare-aziendale-in-Italia.html	Page 6
 Document 5	Nuove strategie di vendita dei Grandi Magazzini giapponesi extrait de: http://www.infomercatiesteri.it/highlights_dettagli.pht?id_highlights=911 http://it.wikipedia.org/wiki/File:Map_of_Italy-it.svg	Page 7
 Document 6	Negozi Tiré de : http://negozi.veraclasse.it/negozi-marca/la-rinascente/ http://it.wikipedia.org/wiki/File:Map_of_Italy-it.svg	Page 8


Mise en situation

Vous êtes Claude Bianchi, responsable marketing auprès de la société de conseil en gestion «Bianchi & Dupont », basée à Lyon.

Vous avez été sollicité(e) par le bureau du directeur international de la chaîne de grands magasins « La Rinascente » afin de réaliser une étude sur la faisabilité et les conditions d'ouverture d'un nouveau grand magasin à Lyon.

Après avoir étudié les documents en votre possession, vous contacterez téléphoniquement la directrice pour l'Italie du Nord du groupe « La Rinascente », Mme Valentini, ou son adjoint, M. Barbaresco, pour lui soumettre votre projet : type de structure, gestion des espaces et du personnel, relation clientèle, etc.

Enfin, vous rédigerez un compte-rendu définitif à l'attention de Mme Valentini, ou de M. Barbaresco, qui tiendra compte des modifications éventuelles que vous aurez apportées à votre projet à l'issue de votre entretien téléphonique.

 Document 1 :

La Rinascente


La Rinascente è un'azienda italiana di grandi magazzini operanti nel settore della vendita di prodotti di abbigliamento e per la casa. Attualmente dispone di un network di un concept store e 11 negozi presenti nelle principali città italiane (Milano, Torino, Genova, Monza, Padova, Firenze, Roma, Cagliari, Catania, Palermo).

Nel 1865 i fratelli Luigi e Ferdinando Bocconi aprirono in via Santa Radegonda a Milano il primo negozio italiano in cui erano venduti abiti pre-confezionati. Viene seguito l'esempio [del] Bon Marché, il grande magazzino aperto a Parigi nel 1838 che aveva spopolato olttralpe. L'iniziativa riscosse un enorme successo, anche in Italia, tanto che un grande magazzino venne aperto nella vicina Piazza Duomo (1877), seguito da altri negozi in tutta la nazione agli inizi del XX secolo. Nel 1917, il Senatore Borletti rilevò l'attività, puntando sull'eleganza dei grandi magazzini e impegnandosi immediatamente ad aumentare la qualità della merce venduta, pur senza alzare eccessivamente i prezzi. Lo scopo annunciato era un approccio "democratico" al mercato, ossia attirare sia clienti delle classi alte sia di quelle medio-basse. Per aumentare la fruibilità del grande magazzino di piazza Duomo, questo venne arricchito di numerose attività di uso comune, fra cui una banca e un ufficio postale.[...]

Negli anni cinquanta la Rinascente cercò di cavalcare il miracolo italiano con iniziative innovative per la penisola italiana. Venne, ad esempio, aperto un ufficio per le ricerche di mercato e avviata la vendita di frigoriferi, che arrivavano direttamente dagli USA. Nacque poi un'azienda per la produzione di abbigliamento femminile e furono organizzate mostre con abbigliamenti tipici di Paesi stranieri. Nel 1954, la Rinascente fondò il premio Compasso d'Oro per premiare gli oggetti con il migliore disegno industriale, che nel 1964 venne conferito all'Associazione per il Disegno Industriale. [...]

A fine 2005, La Rinascente contava 2000 dipendenti, 80% dei quali di sesso femminile, con un fatturato di 365,5 milioni di euro. Nel maggio del 2011, la Central Retail Corporation, una sussidiaria della società thailandese Central Group of Companies, ha rilevato il 100% della Rinascente.[...] Central Retail ha in progetto la realizzazione di nuovi negozi Rinascente in Italia, e si aspetta di raggiungere il break- even point entro otto anni. Chirathivat ha dichiarato che non ci sarà nessun cambio nel management team della Rinascente, che è, attualmente, guidata da Vittorio Radice. L'8 marzo 2013 il gruppo annuncia di aver rilevato il department store Illum di Copenhagen.[...]

Da: http://it.wikipedia.org/wiki/La_Rinascente

 Document 2 :**Lione**

Una delle più importanti città di Francia, ricca di storia ma anche importante sede industriale e tra i maggiori poli universitari del paese. Questa è Lione, città con una lunga storia di centro commerciale e poi capitale della manifattura tessile.

Lione, capoluogo della regione Rodano-Alpi è, dopo Marsiglia e Parigi, la città più grande della Francia. [...]

Fu [...] il XVI secolo quello che vide il maggiore sviluppo della città anche per l'arrivo di mercanti e dei primi banchieri fiorentini che ne fecero un importante centro commerciale. Prosperità che continuò anche nel XVII secolo in cui la città si abbellì dal punto di vista architettonico e cambiò veste economica diventando centro industriale e non più commerciale.


Questa vocazione industriale continuò anche nel XIX secolo quando divenne un importante centro di manifattura tessile. [...]

Gli anni '60 furono quelli che videro una grande trasformazione della città, con la costruzione di nuovi quartieri per assorbire una popolazione che andava aumentando.

Dal punto di vista economico Lione è una città di importanza europea. I suoi settori industriali toccano, in alcuni ambiti, una particolare importanza anche a livello internazionale: parliamo della meccanica, della chimica, del tessile e del settore farmaceutico. Grande importanza per l'economia della città è rivestita dalle sue infrastrutture: basti pensare che la Società Trasporti Comunali è seconda solo a quella parigina. Importante snodo stradale Lione è cresciuta anche grazie alla sua posizione strategica tra nord e sud del paese. Il suo sistema aeroportuale è basato sull'aeroporto Lyon Saint-Exupéry, tra i più importanti di Francia per traffico passeggeri e lo scalo di Lyon Bron che è il terzo più importante per traffico d'affari.

Lione è anche un'importante città universitaria grazie ai suoi istituti universitari e superiori che ne fanno uno dei maggiori poli formativi di Francia.

www.lavoroinfrancia.it/lione.php

 Document 3 :**STRUMENTI DI FIDELIZZAZIONE**

[...] Ecco alcuni delle tecniche di fidelizzazioni più comuni.

Fidelity card o tessere sconto: Si tratta di tessere, nella maggior parte di casi magnetiche, personali per ogni cliente. Ognuna di queste card fornisce la possibilità di accumulare punti o sconti da riutilizzare all'interno del circuito. Possono contenere dei punti o un credito in denaro. Possono essere utilizzate per ottenere dei premi da un catalogo o in sostituzione alla moneta.


Gift Card o carte regalo: Si tratta di una declinazione delle tessere fedeltà e funzionano con il meccanismo della carta prepagata. Il possessore di una di queste card possiederà un credito prepagato (in denaro o in punti) da utilizzare all'interno del circuito di fidelizzazione.

Offerte speciali, campagne sconto e acquisti ripetuti: Sono una delle tecniche più immediate per agevolare il cliente premiandolo se compie acquisti massivi di un prodotto o invogliandolo all'acquisto scontando il prezzo di listino del prodotto. [...]

Servizi di assistenza: Fornire un'assistenza rapida e preparata, per le operazioni che avvengono prima e dopo la vendita, aumenta notevolmente la soddisfazione della clientela che percepisce l'azienda che la eroga come un soggetto degno di fiducia e capace di ascoltare le sue esigenze e risolvere i suoi problemi.

Direct marketing: SMS marketing, e-mail marketing, newsletter sono servizi che permettono una comunicazione uno a uno con la clientela, permettono di inviare informazioni molto taghettizzate e raggiungono il cliente in tempi brevissimi. [...]

Da http://www.programmadifidelizzazione.it/strumenti_di_fidelizzazione.php

 Document 4 :**Il welfare aziendale in Italia****11/09/2013****Un working paper di Giulia Mallone, che esamina le quattro principali esperienze italiane di welfare aziendale: Luxottica, KME, ATM e SEA**

Se con la fine della seconda guerra mondiale e l'eccezionale sviluppo economico che ne seguì si afferma in tutta Europa il modello tradizionale del welfare pubblico, a partire dagli anni Settanta, con la crisi energetica, il sistema tradizionale fatica a “respirare. [...]

Diventa necessario, pertanto, ripensare ad un nuovo modello di governance in cui i diversi attori, pubblici e privati, siano in grado di dialogare e offrire idonei beni e servizi in grado di soddisfare la domanda sociale. In questa direzione andrebbe una nuova forma di welfare, che non si sostituisce, ma si affianca al modello tradizionale: il secondo welfare. [...]

Luxottica, ad esempio, ha dato il via ad un sistema di welfare che punta ad integrare i salari più bassi attraverso misure che prevedono il “carrello della spesa”, la polizza di assicurazione sanitaria, il rimborso dei libri di testo e borse di studio. Dal 2011, il nuovo contratto aziendale integrativo prevede anche misure di job sharing familiare, la possibilità per il coniuge o per i figli di sostituire il dipendente per un periodo di tempo [...].


Una diversa situazione vede protagonista **l'azienda metallurgica KME** i cui stabilimenti sono considerati tra gli esempi più riusciti del fenomeno dei “paesi-fabbrica”; insediamenti che forniscono tutti i servizi ai dipendenti. L'azienda nel tempo ha cercato di recuperare la sua tradizionale attenzione alla “persona”, passando da una visione paternalistica ad un nuovo welfare aziendale in cui il lavoratore sia parte attiva. [...]

Altro caso preso in esame è quello di **SEA aeroporti Milano** che ha rinnovato il proprio sistema di welfare aziendale istituendo l'associazione NoiSea per la gestione unica del welfare. «I dipendenti beneficiano di un sistema di prestazioni che, a differenza delle iniziative per il benessere dei lavoratori introdotte e gestite unilateralmente dall'azienda, è ben più solido e difficile da modificare in caso di eventi come un cambio alla guida della compagnia».

[...] **ATM Azienda Trasporti Milanese** società per azioni, di proprietà del Comune di Milano, ha realizzato nel tempo diversi servizi per i dipendenti come l'asilo nido aziendale, campagne di prevenzione medica e piani di flessibilità per i genitori. Ma la novità è rappresentata dalla nascita, nel 2005, di un team di professionisti come psicologi a sostegno dei lavoratori. [...]

da Secondo Welfare di Giulia Mallone

<http://www.vita.it/welfare/social-innovation/il-welfare-aziendale-in-italia.html>

 Document 5 :**26/06/2013 - Nuove strategie di vendita dei Grandi Magazzini giapponesi**

I Grandi Magazzini giapponesi sono alla continua ricerca di nuove idee per prolungare il tempo di permanenza dei clienti nei loro locali. Essi già oggi forniscono diverse occasioni di intrattenimento non collegate all'acquisto vero e proprio (come ad esempio spazi per la ristorazione o per la pausa caffè), che danno ai clienti il tempo di consumare ponderando nel contempo le decisioni di spesa e favorendo un maggior numero di acquisti.

Abeno, che ha appena aperto il flagship store con l'area di vendita più grande del Giappone (100.000 mq. previsti per la primavera del 2014), ha aumentato le piazze e i posti di riposo, avendo come obiettivo l'aumento del tempo di soggiorno dei clienti dai 70 minuti medi attuali ai 120 minuti. Lo spazio non dedicato agli acquisti è pari a un quarto di tutta l'area di vendita.

Isetan Shinjuku, il grande magazzino con le più alte vendite in Giappone, ha incrementato il numero dei divani e allestito un juice-bar all'interno dell'area riservata all'abbigliamento femminile. Grazie a questo nuovo allestimento, completato nel mese di marzo, Isetan ha registrato, a fronte di una diminuzione del 10% dell'area riservata agli acquisti, una crescita delle vendite del 10%.

Ufficio ICE di Tokyo

Da http://www.infomercatiesteri.it/highlights_dettagli.php?id_highlights=911

Document 6 :

Negozi

- [La Rinascente](#)
[Milano \(MI\) Grande Magazzino](#)
- [La Rinascente](#)
[Roma \(RO\) Grande Magazzino](#)
- [La Rinascente](#)
[Roma \(RO\) Grande Magazzino](#)
- [La Rinascente](#)
[Firenze \(FI\) Grande Magazzino](#)
- [La Rinascente](#)
[Catania \(CT\) Grande Magazzino](#)
- [La Rinascente](#)
[Cagliari \(CA\) Grande Magazzino](#)
- [La Rinascente](#)
[Palermo \(PA\) Grande Magazzino](#)
- [La Rinascente](#)
[Genova \(GE\) Grande Magazzino](#)
- [La Rinascente](#)
[Padova \(PD\) Grande Magazzino](#)
- [La Rinascente](#)
[Monza* \(MB\) Grande Magazzino](#)
- [La Rinascente](#)
[Torino \(TO\) Grande Magazzino](#)



*Monza è in Lombardia, non lontano da Milano
 Da <http://negozi.veracliffe.it/negozi-marca/la-rinascente/>
 Da http://it.wikipedia.org/wiki/File:Map_of_Italy-it.svg