

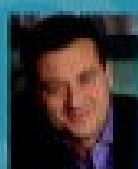
Nato dalla felice collaborazione di un venditore sperimentato con un grande maestro di marketing, il manuale offre a chiunque desideri avventurarsi nel complesso, atipico ma affascinante mercato dell'industria del trasporto aereo uno strumento metodologico di grande valore teorico e pratico.

Nonostante le note, recenti vicende che hanno colpito il settore del trasporto aereo, l'*aviation industry* resta un settore in espansione, la cui domanda è stimata a più di 5 trilioni di euro nei prossimi venti anni. Di per sé tale industria è piuttosto giovane. I primi voli commerciali risalgono agli anni Venti e una vera crescita significativa nel campo civile si è avuta solo verso gli anni Cinquanta. Il vero boom comincia comunque con la *deregulation*, prima negli USA (*Liberalisation Act* del 1978), estesa poi negli anni Ottanta al mercato dell'Europa e, gradualmente, a tutte le zone geografiche mondiali. Successivamente, la forte competitività fra i vari attori del settore, con conseguente ribasso delle tariffe, la concentrazione delle imprese tramite alleanze e fusioni, l'apparizione di nuove tecnologie dell'informazione e la mondializzazione dei mercati hanno definitivamente accelerato il passaggio da un orientamento prodotti a un orientamento clienti.

In tale contesto e tenendo conto della sua "atipicità", il libro fornisce una sintesi dei fondamenti del marketing – sia *business to business* sia *business to consumer* – applicato al settore aeronautico a partire dai concetti base come la segmentazione e il posizionamento, sino alle politiche di prezzo e alle strategie di alleanza. Numerosi esempi e casi concreti completano la trattazione.



Philippe Malaval, membro dell'Association Française du Marketing, è autore di numerosi testi di marketing di grande successo pubblicati anche negli Stati Uniti. È responsabile del programma di marketing aerospaziale del Master of Business Administration del gruppo ESC Toulouse e docente presso prestigiosi master universitari francesi e inglesi.



Carlo Logli, direttore commerciale di Aermacchi S.p.a., società del gruppo Alenia-Finmeccanica, è membro del consiglio didattico e responsabile dei moduli "Economia, strategia e marketing" del Master in Trasporto Aereo organizzato dall'Università "La Sapienza" di Roma e docente presso l'École Nationale de l'Aviation Civile, Euresas e l'École Supérieure de Commerce di Tolosa. È membro del board dell'ERA (European Regions Airline Association).

ETAS



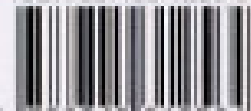
www.etaslab.it

editoria in evoluzione

Libri - TwinBook - Percorsi formativi

Euro 24,00

ISBN 88-453-1258-9



9 788845 312584