

L'ARENA COMPETITIVA CHE CAMBIA E I NUOVI PLAYER: CONCORRENTI O ALLEATI?

Antonio Greco

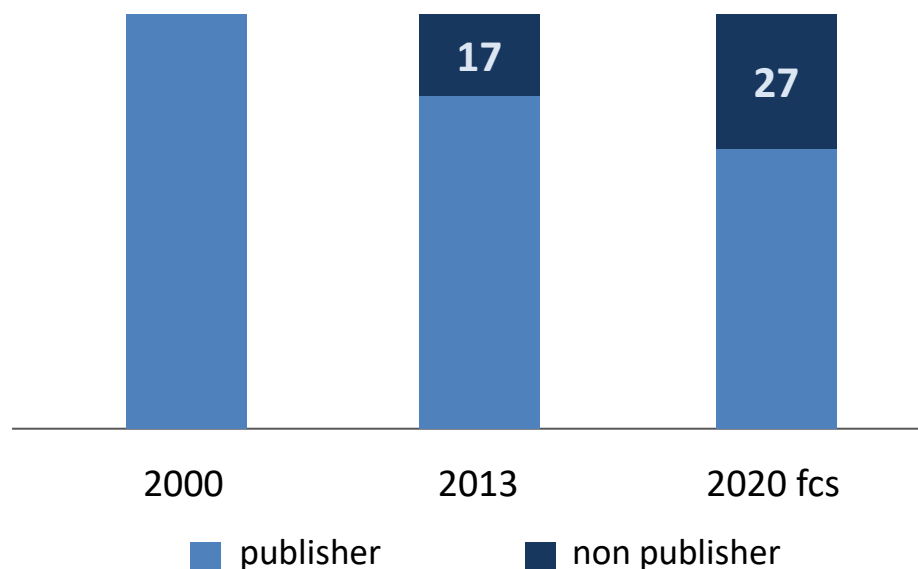
*Le sfide che attendono gli editori in un contesto
competitivo in forte evoluzione*



Il mercato non è più solo nostro...

L'ARENA COMPETITIVA
CHE CAMBIA E
I NUOVI PLAYER:
CONCORRENTI O ALLEATI?

Adspend share content-based media



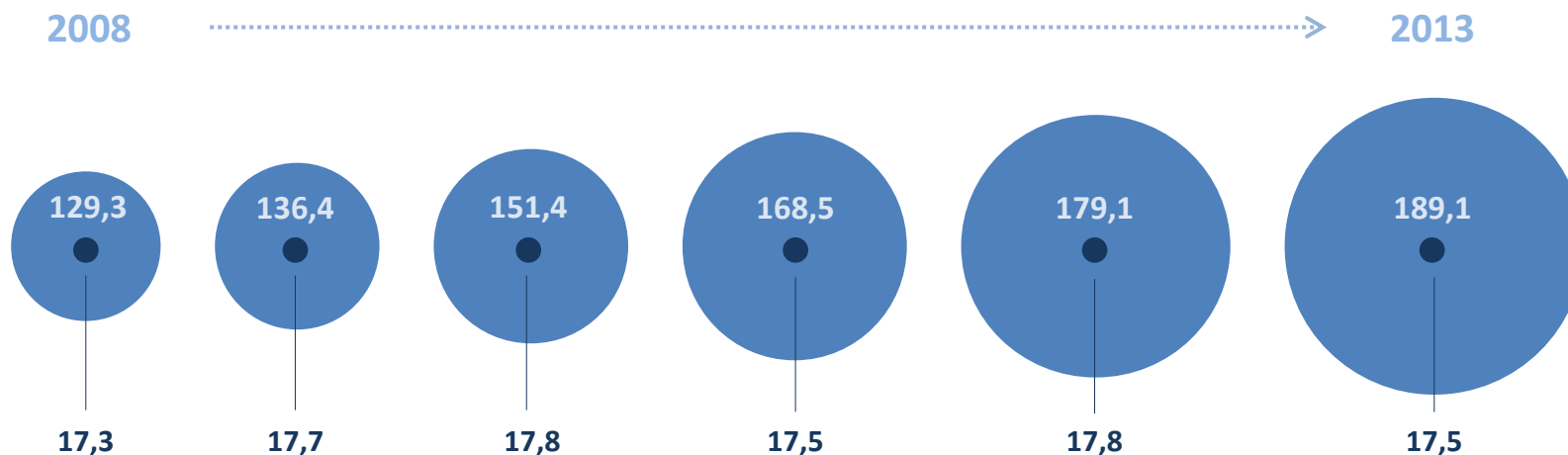
- Negli ultimi anni, oltre ad essersi ridotto il valore complessivo degli investimenti pubblicitari è aumentato anche il numero dei soggetti che si “dividono la torta”
- Tali soggetti non sono editori, ma player del mondo digital, tra cui spiccano i cosiddetti “over the top”
- Questa tendenza è destinata ad affermarsi e si prevede che nel 2020 oltre un quarto dell’intero mercato

Fonte: E-media Institute (2014)

...ma non c'è spazio per tutti!

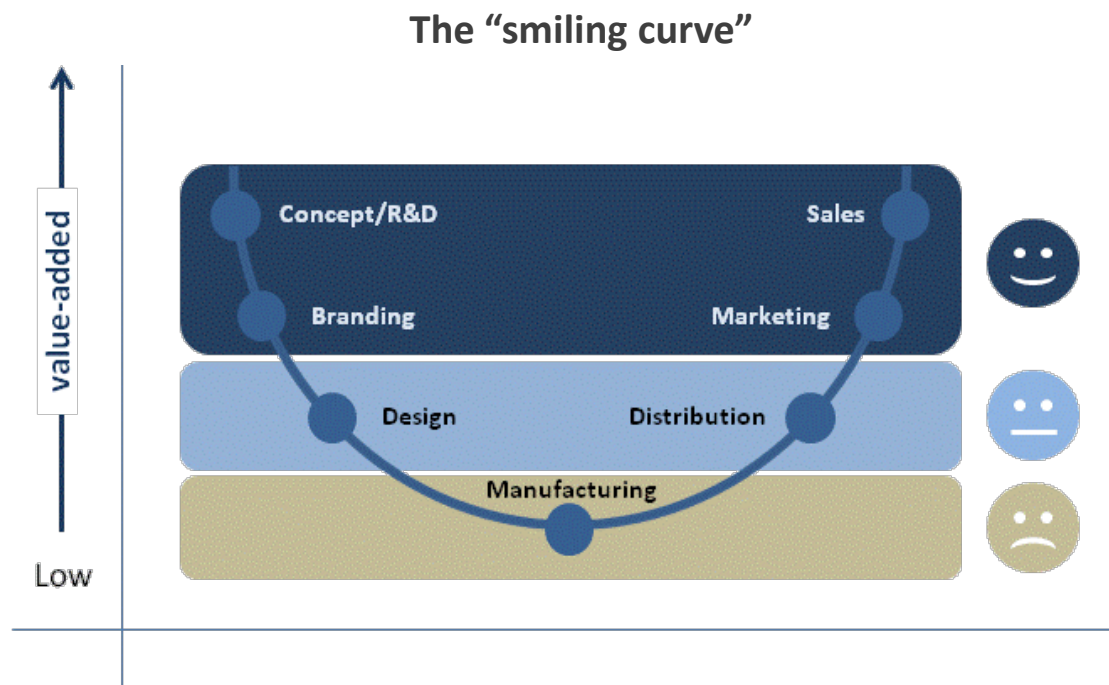
L'ARENA COMPETITIVA
CHE CAMBIA E
I NUOVI PLAYER:
CONCORRENTI O ALLEATI?

Channel receiveable and tuned per household



- I trend della domanda non seguono quelli dell'offerta e le posizioni di rendita perdono di valore
- Per continuare ad essere "fruiti" dalla nostra audience e non essere avvicinati dai nuovi player è essenziale puntare sulla qualità (in particolare quella dei contenuti) e puntare sulle nostre competenze distintive

Fonte: Nielsen/the content marketing paradox (Track Maven)



- I processi “core” a maggiore valore aggiunto saranno sempre più quello della generazione dei contenuti originali (ideazione, sviluppo e branding) e quello relazionale (marketing e vendite)
- Le fasi più industriali della filiera editoriale sono state o saranno abbandonate perché – in mancanza di un notevole massa critica – non più redditizie

...e innovare, innovare a tutti i costi, come hanno fatto loro

L'ARENA COMPETITIVA
CHE CAMBIA E
I NUOVI PLAYER:
CONCORRENTI O ALLEATI?

INNOVATORI

RETAIL



AUTOMOTIVE



HOSPITALITY



ENTERTAINMENT



oppure loro.....

L'ARENA COMPETITIVA
CHE CAMBIA E
I NUOVI PLAYER:
CONCORRENTI O ALLEATI?

INNOVATIVO

FOOD DELIVERY

TRADIZIONALE

FOOD RETAIL

tramezzino.it


FOODIES
tramezzino.it



... che hanno fatto il percorso inverso da un modello di distribuzione innovativo ad uno tradizionale, con l'apertura di punti vendita "fisici", ma brandizzati con il nome del portale.

oppure loro.....

L'ARENA COMPETITIVA
CHE CAMBIA E
I NUOVI PLAYER:
CONCORRENTI O ALLEATI?

TRADIZIONALE

CIGARETTE



INNOVATIVO

E-CIGARETTE



... che hanno messo in discussione per primi il loro modello più che consolidato, per evitare che altri possano entrare nella loro arena, erodendo quote di mercato

oppure loro.....

L'ARENA COMPETITIVA
CHE CAMBIA E
I NUOVI PLAYER:
CONCORRENTI O ALLEATI?

INNOVATIVO

MOBILITY P2P



INNOVATIVO

FOOD DELIVERY



... che anche se già innovativi non hanno smesso di innovare, utilizzando i propri asset (in questo caso la “driver’s list”) per competere in una nuova e redditizia nicchia di mercato

oppure loro.....

L'ARENA COMPETITIVA
CHE CAMBIA E
I NUOVI PLAYER:
CONCORRENTI O ALLEATI?

TRADIZIONALE
COSTRUZIONE TOYS

INNOVATIVO
PLAYROOM



... che hanno accettato di abbandonare una nicchia in cui sono fortissimi, entrando in un mercato molto più affollato ed in cui non sono leader, pur di non rischiare di essere nel tempo, sostituiti dai player digitali.

oppure loro.....

L'ARENA COMPETITIVA
CHE CAMBIA E
I NUOVI PLAYER:
CONCORRENTI O ALLEATI?

TRADIZIONALE ?

BEVERAGE



INNOVATIVO

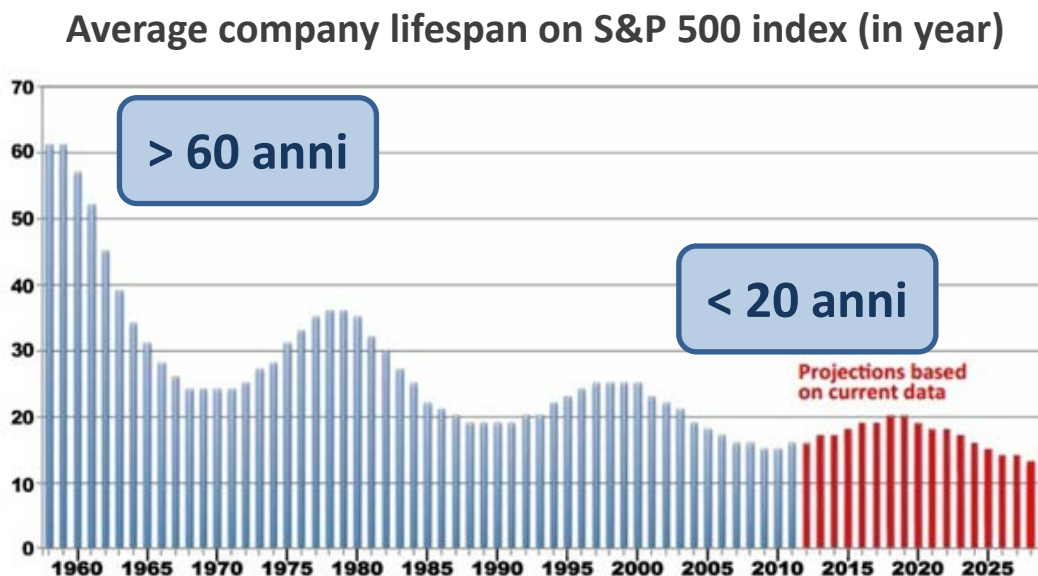
MEDIA



... che hanno avuto il “coraggio” di ampliare la loro arena ad un settore lontanissimo dal core business aziendale, intravedendo possibili revenues coerenti con il proprio brand.

...anche se non è semplice!

L'ARENA COMPETITIVA
CHE CAMBIA E
I NUOVI PLAYER:
CONCORRENTI O ALLEATI?



- La storia dimostra come rispetto al passato sia sempre più difficile mantenere le posizioni acquisite
- Per farlo occorre abbandonare l'**inerzia attiva** che impedisce l'innovazione ed assumere un comportamento improntato alla **neotenia**

Fonte: *Creative Destruction* (Richard Foster - Sarah Caplan)

NEOTENIA

Fenomeno evolutivo per cui negli individui adulti di una specie permangono le caratteristiche morfologiche e fisiologiche tipiche delle forme giovanili.

- Capacità di apprendimento estesa a tutta la vita
- Predisposizione del nostro patrimonio genetico alle influenze culturali e ambientali
- Plasticità e flessibilità verso diverse possibilità e strategie
- «Incompiutezza» che prolunga il periodo dell'infanzia e dell'adolescenza

Fonte: Wikipedia

Solo così potremo evitare di sparire come
è successo a questi prestigiosi marchi

L'ARENA COMPETITIVA
CHE CAMBIA E
I NUOVI PLAYER:
CONCORRENTI O ALLEATI?



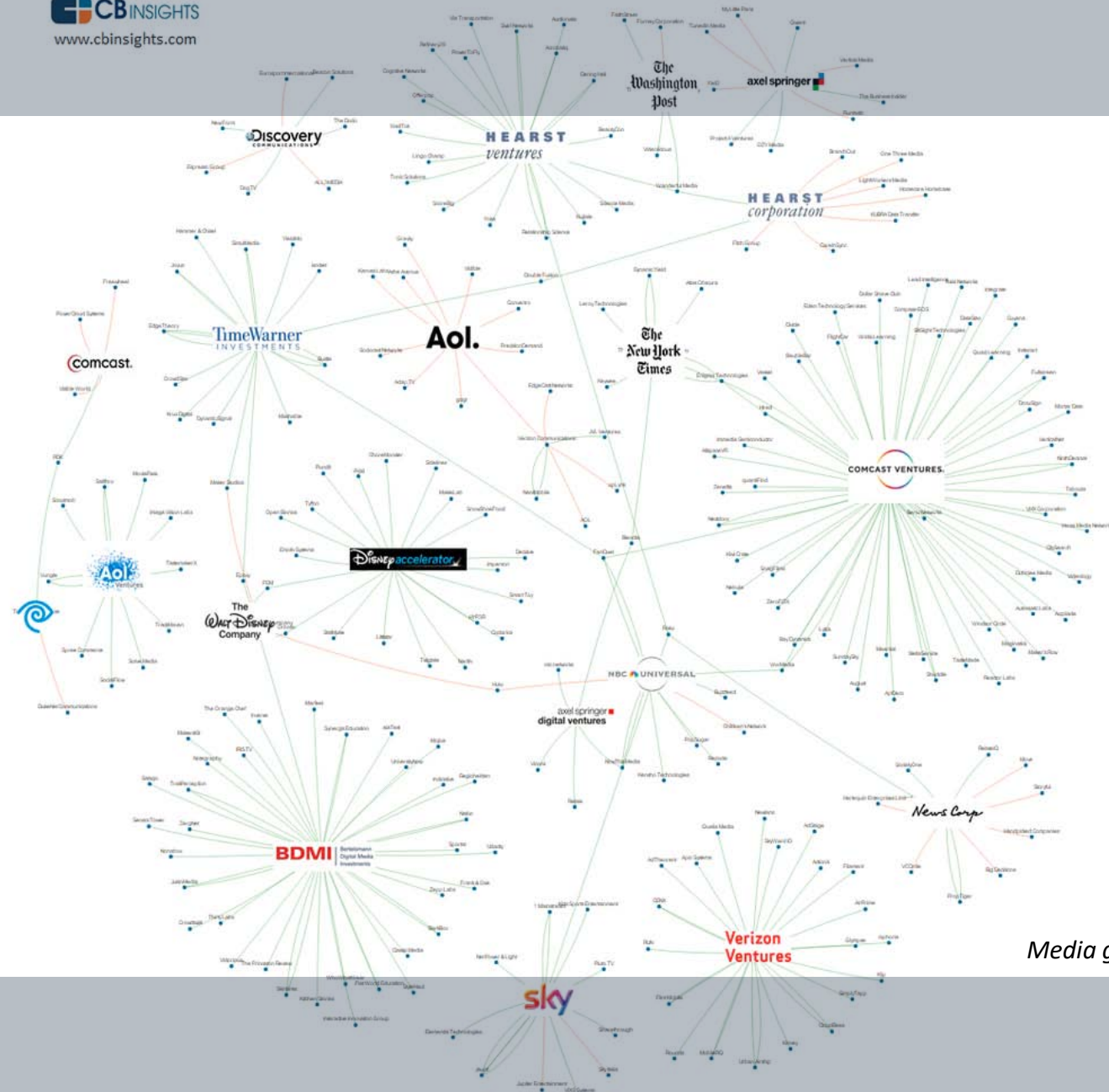
MOTOROLA



COMPAQ



Allora come fare?



- Avvicinarsi al mondo delle startup, che nascono per innovare, con l'obiettivo di "stare al passo del cambiamento"
- Infatti le 13 maggiori Media Co. al mondo hanno realizzato di recente oltre 500 operazioni di partecipazione in startup innovative
- Esse infatti rappresentano in qualche modo il futuro del nostro settore

Fonte: Future of Media. How traditional Media giants are betting on Startups (CB Insights)