

**XXXII CONFERENZA ITALIANA DI SCIENZE REGIONALI, Torino, 16 settembre 2011**

**SESSIONE**

**L'immaterialità dei consumi nel cambiamento delle grandi città**

**Symphonya. Emerging Issues in Management ([www.unimib.it/symphonya](http://www.unimib.it/symphonya))**

**CENTRI COMMERCIALI URBANI,  
VIRTUAL MARKET PLACES, POLITICHE  
AZIENDALI DELL'IMMATERIALE E  
SVILUPPO DELLE GRANDI CITTÀ**

**Margherita Corniani**

**Università degli Studi di Milano-Bicocca**

# Materialità ed immaterialità dei consumi

- **Offerte materiali ed immateriali**
  - **Contenuto e supporto**
- **Componente materiale ed immateriale di offerta**
  - **Fungibilità, non-fungibilità**
  - **Economie di scala**
  - **Costi e prezzi**

# **Centri commerciali. Caratteri distintivi**

- **Naturali, pianificati**
  - Dimensioni, luogo
- **Fisici, virtuali**

# **Centri commerciali. Caratteri dell'offerta**

- **Livello quantitativo dell'offerta**
  - **Profondità e ampiezza gamma prodotti**
- **Livello qualitativo delle offerte (prodotti e servizi)**
- **Assortimento commerciale**
  - **Punto di vendita**
  - **Centro commerciale**

# **Centri commerciali, concorrenza e grandi città**

- **Luoghi di aggregazione, consumi e entertainment**
- **Confronto, informazione**
- **Concorrenza**
- **Densità commerciale**
- **Sviluppo dei territori (gravitanti e residenti)**