



# Le forme di mercato

---

## Le forme di mercato

	<b>Numero</b>	<b>aziende</b>	<b>venditrici</b>
<b>Natura del prodotto</b>	<i>Una</i>	<i>Poche</i>	<i>Molte</i>
<i>Omogeneo</i>	Monopolio	Oligopolio omogeneo	Concorrenza perfetta
<i>Differenziato</i>	Monopolio	Oligopolio differenziato	Concorrenza monopolistica o imperfetta



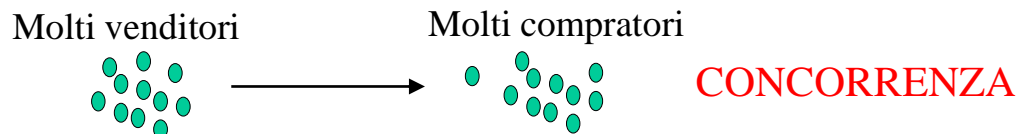
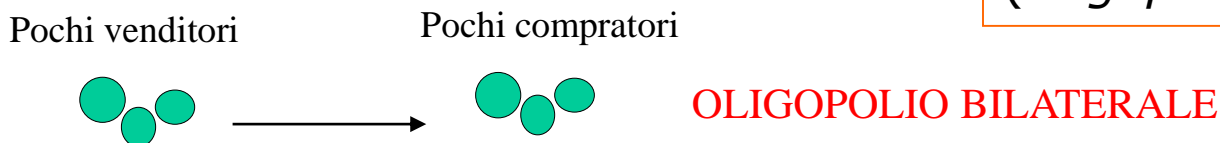
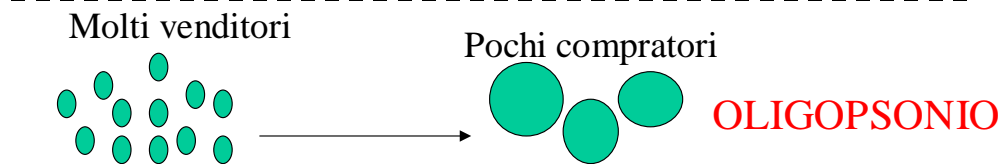
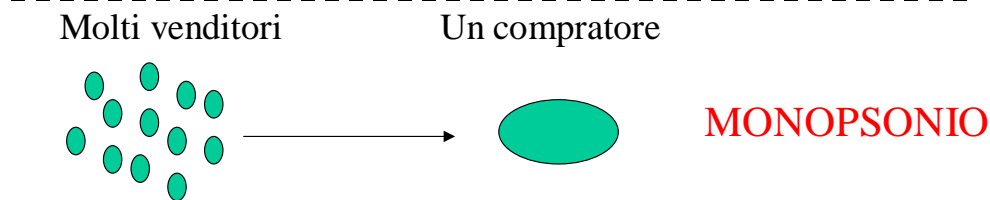
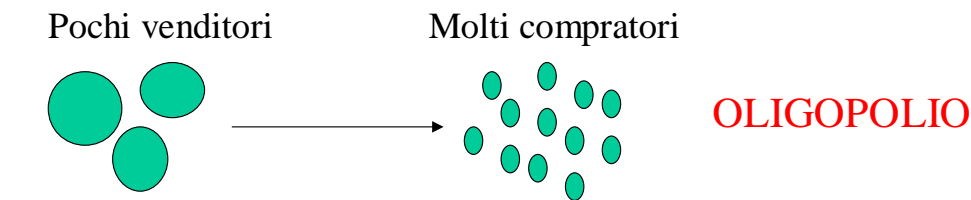
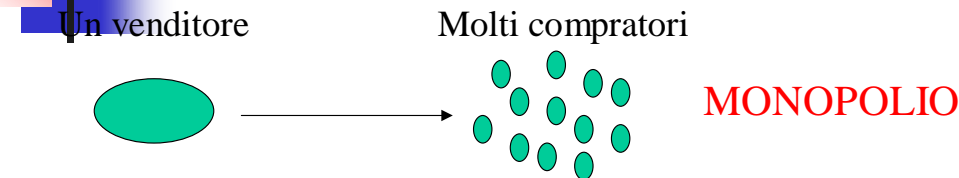
# Le forme di mercato

---

## Le forme di mercato

- Concorrenza perfetta
  - Impresa price-taker
  - Scelta delle quantità da produrre
- Concorrenza monopolistica
  - Numero elevato di imprese / prodotto differenziato
- Oligopolio
  - Interdipendenza tra le decisioni di un'impresa e quelle delle altre che producono lo stesso bene
- Monopolio
  - Possibilità di scegliere prezzo e quantità prodotta per massimizzare il profitto
  - Impossibilità di ingresso di concorrenti (monopolio naturale e monopolio pubblico)

# Le forme di mercato



## Effetti della dimensione economica

Grandi dimensioni di impresa consentono economie di scala e maggiori investimenti in innovazione che aumentino l'efficienza produttiva

Consentono anche, però, di esercitare un maggiore potere di mercato limitando il numero di soggetti venditori (*Oligopolio* e *Monopolio*) e compratori (*Oligopsonio* e *Monopsonio*)



# Le economie di scala

---

- **Economie di scala**

Relazione esistente tra aumento della scala di produzione (di un'impresa, di un'unità produttiva o di un impianto) e diminuzione del costo unitario del prodotto.

Il costo unitario è dato dal costo totale diviso per la quantità prodotta.



# Le economie di scala

---

## Economie reali

- Economie produttive di scala
  - Economie di lavoro (specializzazione, risparmio di tempo, automazione del processo produttivo, cumulatività dei volumi di produzione)
  - Economie di natura tecnica: specializzazione ed indivisibilità dei fattori produttivi, costi di sistemazione, costi iniziali (ricerca e sviluppo, ricerche di mercato), relazioni tecnico/geometriche tra impianti ed input, economie di capacità di riserva
  - Economie di scorte: le variazioni casuali di necessità di input e output varia meno che proporzionalmente rispetto alle dimensioni



# Le economie di scala

---

## Economie reali

- Economie di vendita
  - Economie pubblicitarie, economie per la vendita su larga scala, accordi con commercianti esclusivi
  - Economie di natura manageriale: specializzazione del personale direttivo, meccanizzazione delle funzioni manageriali

⇒ *"Diseconomie" di scala*



# Le economie di varietà

---

## Economie di varietà (scope economies)

- Unendo la produzione di più outputs o più attività di servizio che accompagnano la produzione si hanno costi medi inferiori rispetto al caso in cui vi sia separazione
  - Economie di varietà di natura tecnica (economie tecniche di prodotto congiunto)
  - Economie di varietà nascenti dall'opportunità di differenziazione offerte da impianti flessibili (economie di scala congiunte)
  - Economie di varietà in senso proprio: la produzione di outputs anche diversificati (prodotti diversi) consente lo sfruttamento di inputs sottoutilizzati (es. rete di distribuzione)



# Concentrazione e crescita dimensionale

---

- Crescita dimensionale
  - Per abbattere i costi di produzione attraverso le economie di scala
    - A livello di catena di produzione
    - A livello di stabilimento  
*(dimensione minima efficiente)*
    - A livello di gruppo di stabilimenti
    - A livello di impresa o gruppo (finanziarie, R&S, marketing, commerciali, pubblicità)
  - Per stabilire rapporti di forza (concorrenza, fornitori, clienti, istituzioni)





# Concentrazione e crescita dimensionale

---

- La concentrazione
  - Un'industria è "concentrata" se un piccolo numero di imprese controlla una parte ampia dell'attività economica dell'intero settore
  - Indici di concentrazione
    - Attenzione al numero di imprese (misure assolute di concentrazione): rapporto di concentrazione ( $CR_4$ )
    - Attenzione alla distribuzione dimensionale delle imprese: indice di Gini



# Concentrazione e crescita dimensionale

---

- La concentrazione
  - Concentrazione tecnica (dimensioni degli apparati produttivi)
  - Concentrazione economica (dimensioni delle imprese = soggetti giuridici)
  - Concentrazione finanziaria (dimensioni dei gruppi = soggetti economici)
  - Concentrazione orizzontale (raggruppamento di imprese in uno stesso settore)
  - Integrazione verticale (raggruppamento di imprese lungo la filiera)

# Concentrazione e crescita dimensionale

Calcolare l'indice di concentrazione (CR4) del seguente settore:



N. imprese = 1.000

CR4 =

Mln € (600+400+200+100) /  
2.000 mln € =

1.300 / 2.000 = 0,65 = 65%

# Concentrazione e crescita dimensionale

**Calcolare l'indice di concentrazione (CR5) del settore vitivinicolo italiano nel 2015:**

**Fatturato del settore vitivinicolo: 12,9 miliardi di euro (2015)**

## Principali imprese

	Sede	Fatturato totale				
		2014	2015	Variazione 2015/2014	Rank	
		milioni di euro		%	2014	2015
CANTINE RIUNITE & CIV (°)	Campegine (Re)	533	547	2,7	1	1
<i>di cui: GIV - GRUPPO ITALIANO VINI (°)</i>	<i>Bardolino (Vr)</i>	349	358	2,8		
<i>di cui: CANTINE RIUNITE &amp; CIV (*)</i>	<i>Campegine (Re)</i>	202	201	-0,4		
CAVIRO (°)	Faenza (Ra)	314	300	-4,4	2	2
<i>Gruppo CAMPARI (divisione vini) (§)</i>	<i>Milano</i>	209	171	-18,2	3	6
PALAZZO ANTINORI (°)	Firenze	185	202	8,7	4	3
MEZZACORONA (°) (*)	Mezzacorona (Tn)	171	175	2,1	5	5
CAVIT CANTINA VITICOLTORI (°) (*)	Ravina (Tn)	164	167	1,9	6	7
CASA VINICOLA ZONIN (°)	Gambellara (Vi)	160	183	14,3	7	4
FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI	Cossano Belbo (Cn)	160	162	1,2	8	8
IWB - ITALIAN WINE BRANDS (°) (-)	Milano	140	145	4,0	9	10
CASA VINICOLA BOTTER CARLO & C.	Fossalta di Piave (Ve)	137	154	12,5	10	9

# Concentrazione e crescita dimensionale



## RAPPORTO SULL'INDUSTRIA VINICOLA NEL 2019 E IMPATTO ATTESO DEL COVID-19



AREA STUDI  
MEDIOBANCA

### TOP SELLER

FATTURATO  
TOTALE 2019  
mln euro

1. CANTINE RIUNITE & CIV	630
2. CAVIRO	329
3. PALAZZO ANTINORI	246
4. CASA VINICOLA BOTTER CARLO & C.	217
5. FRATELLI MARTINI SECONDO LUIGI	210
6. CASA VINICOLA ZONIN	205
7. ENOITALIA	199
8. CAVIT CANTINA VITICOLTORI	191
9. SANTA MARGHERITA	189
10. MEZZACORONA	187



**+1,1%**

PREVISIONE  
FATTURATO  
AGGREGATO  
2019



**+4,4%**

EXPORT



**-2,1%**

FATTURATO  
DOMESTICO



**2020**

**20-25%**

ATTESA CONTRAZIONE  
DEL SISTEMA

**63,5%**

DELLE AZIENDE PREVEDE  
UN CALO DELLE VENDITE  
VS 2019

**+222,5%**

Crescita dell'indice di borsa mondiale  
del settore vinicolo da gennaio 2001