



UNITE

DIPARTIMENTO DI  
SCIENZE DELLA  
COMUNICAZIONE

Anno Accademico  
2022/2023

**PROF. ANTONIO PRENCIPE**

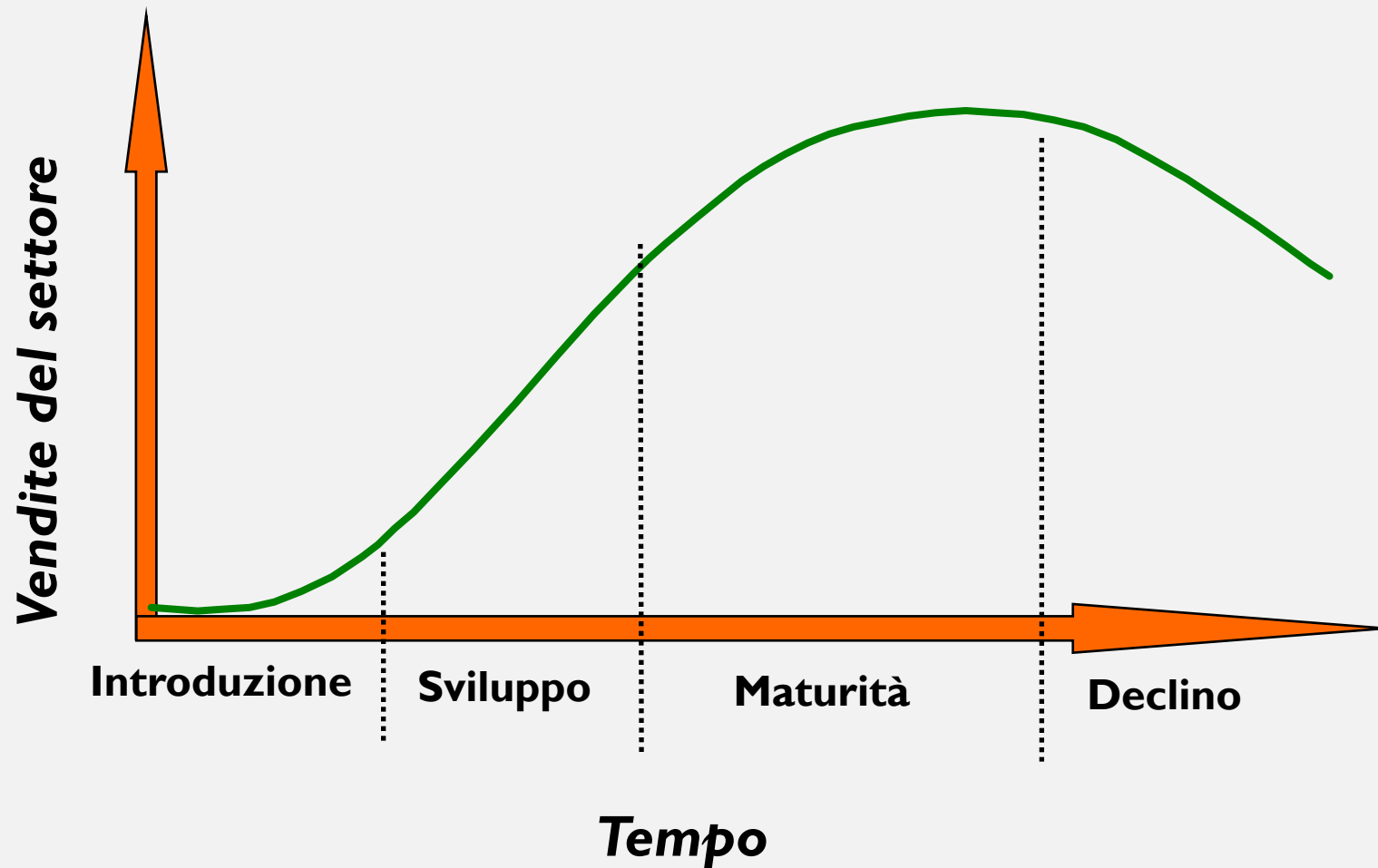
*Ricercatore di Economia Aziendale  
Docente di Entrepreneurship e Strategia aziendale  
Università degli Studi di Teramo*

# L'EVOLUZIONE DEL SETTORE E IL CAMBIAMENTO STRATEGICO

(CAP 8)

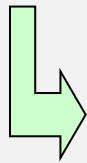
UNIT VII - SLIDE

# CICLO DI VITA DEL SETTORE



# DALL'INTRODUZIONE ALLO SVILUPPO

- Modelli dominanti



**STANDARD TECNICI**



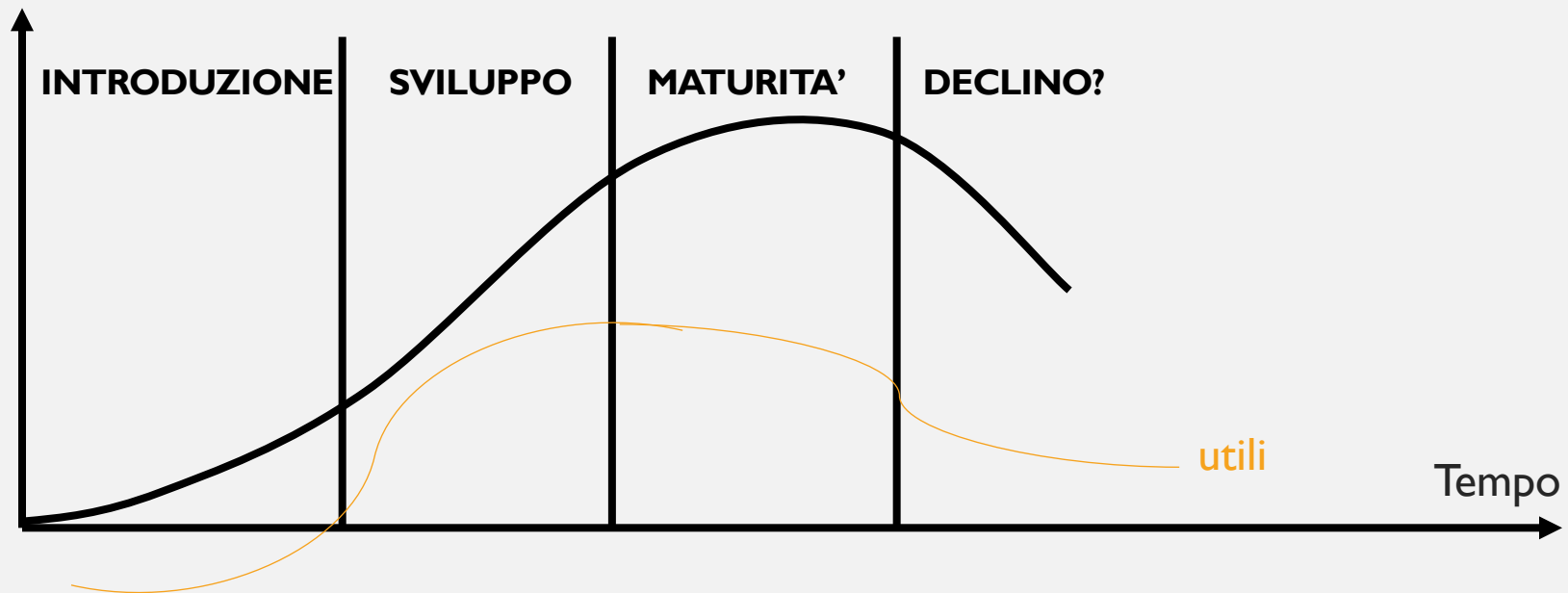
**ECONOMIE DI RETE**

- Modelli di business

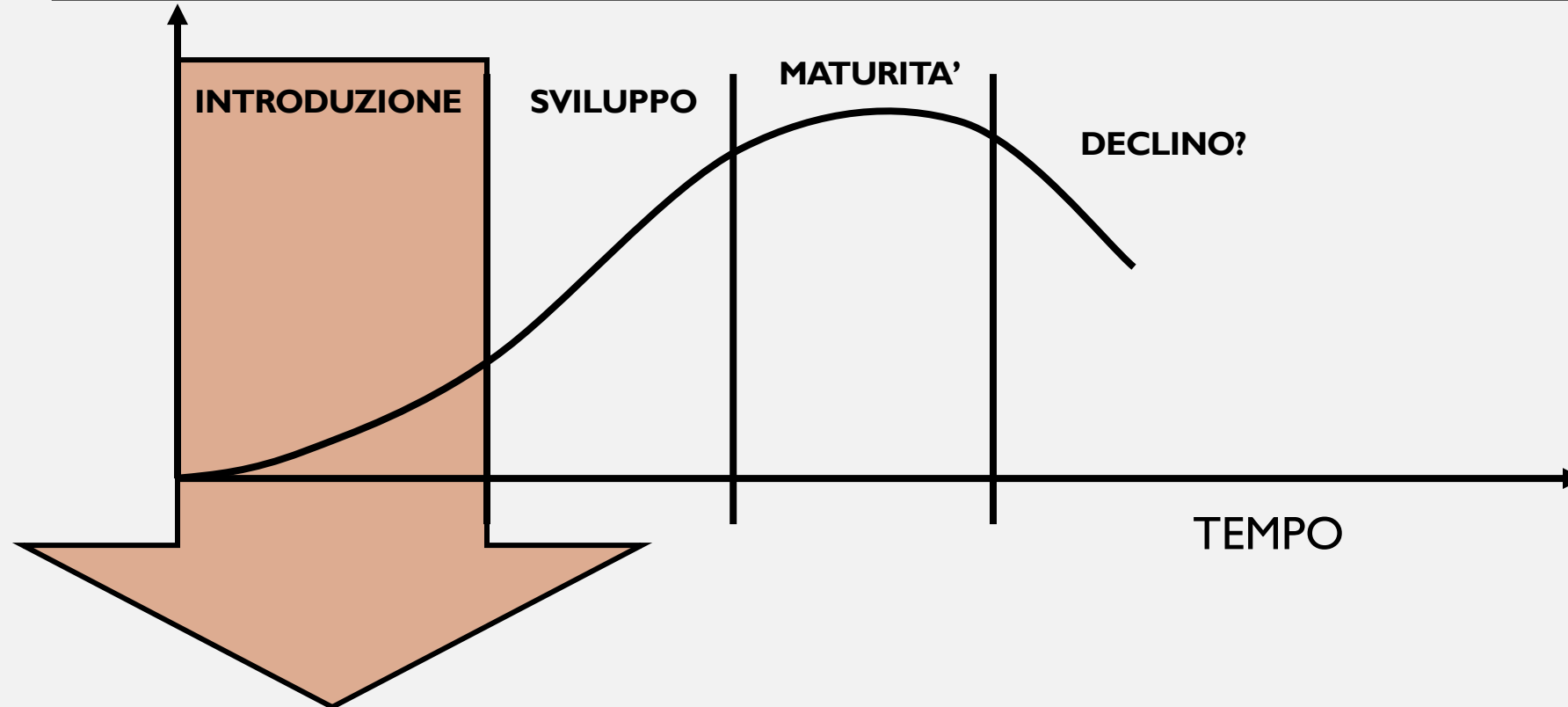
La nascita di un settore avviene generalmente per effetto di innovazioni radicali che portano all'affermazione di nuovi modelli di prodotto, servizio o business. All'innovazione radicale segue una fase di innovazioni incrementali

# L'EVOLUZIONE DELLA DOMANDA NEL TEMPO

SVILUPPO DELLA DOMANDA

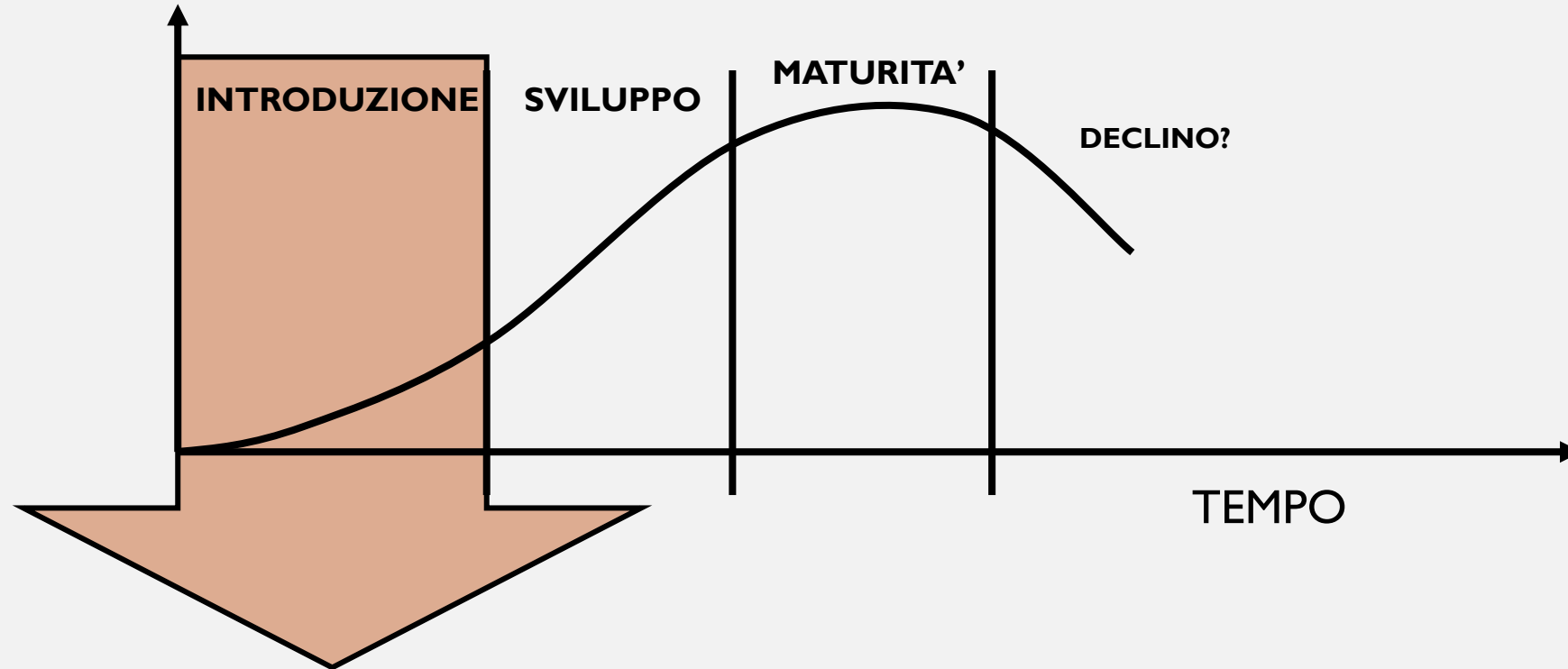


# LA FASE DI INTRODUZIONE



- OBIETTIVO → → → COSTRUIRE UN MERCATO
- PRESSIONE CONCORRENZIALE → → → BASSA

# I FATTORI CRITICI DI SUCCESSO NELLA FASE DI INTRODUZIONE



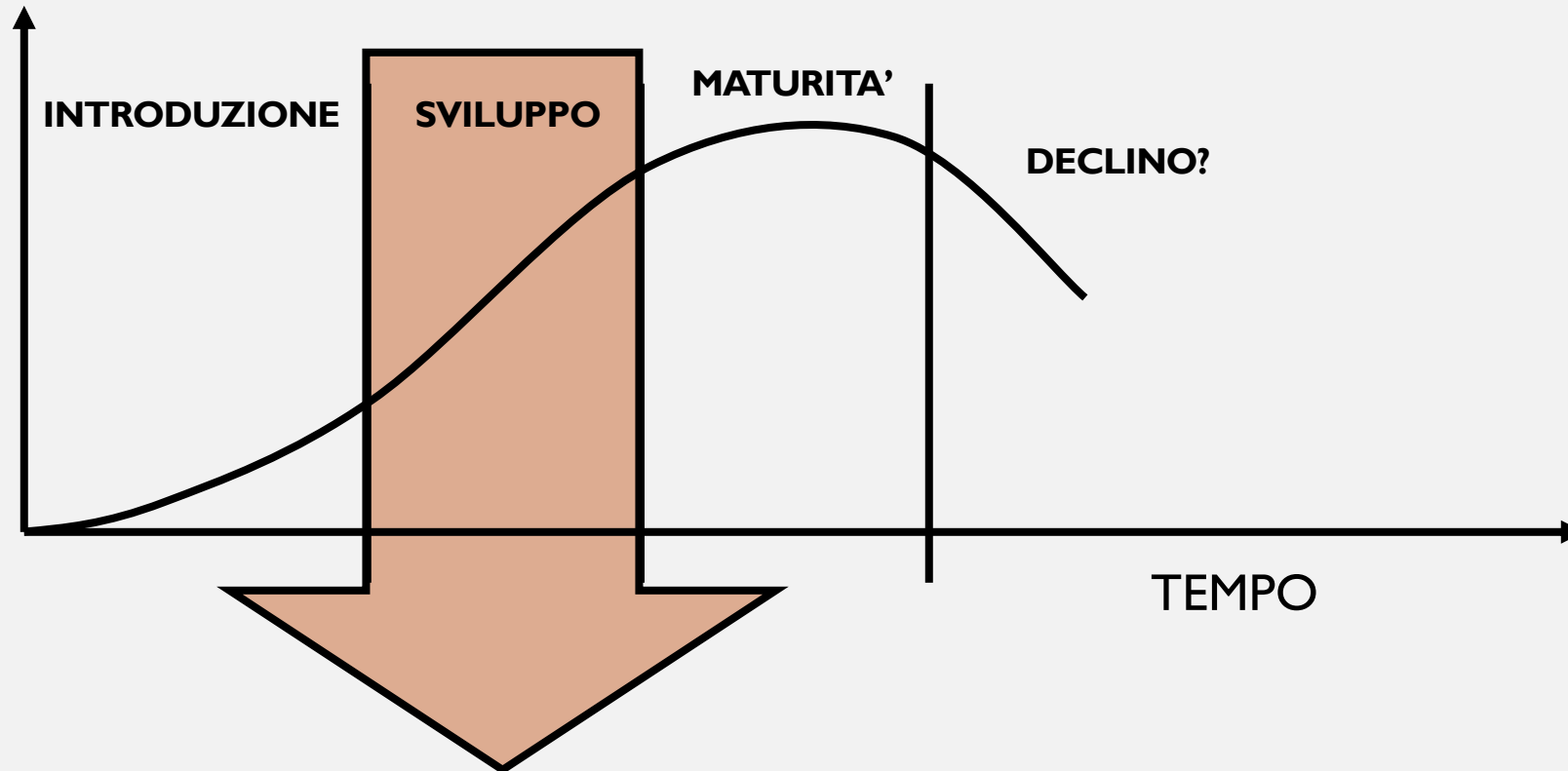
- INNOVAZIONE DI PRODOTTO
- CAPACITA' FINANZIARIA
- CAPACITA' DI PRODUZIONE, DI MARKETING, DI DISTRIBUZIONE

# LE SCELTE NELLA FASE DI INTRODUZIONE

		PROMOZIONE	
		ALTA	BASSA
PREZZO	ALTO	Scrematura rapida	Scrematura lenta
	BASSO	Conquista rapida	Conquista lenta

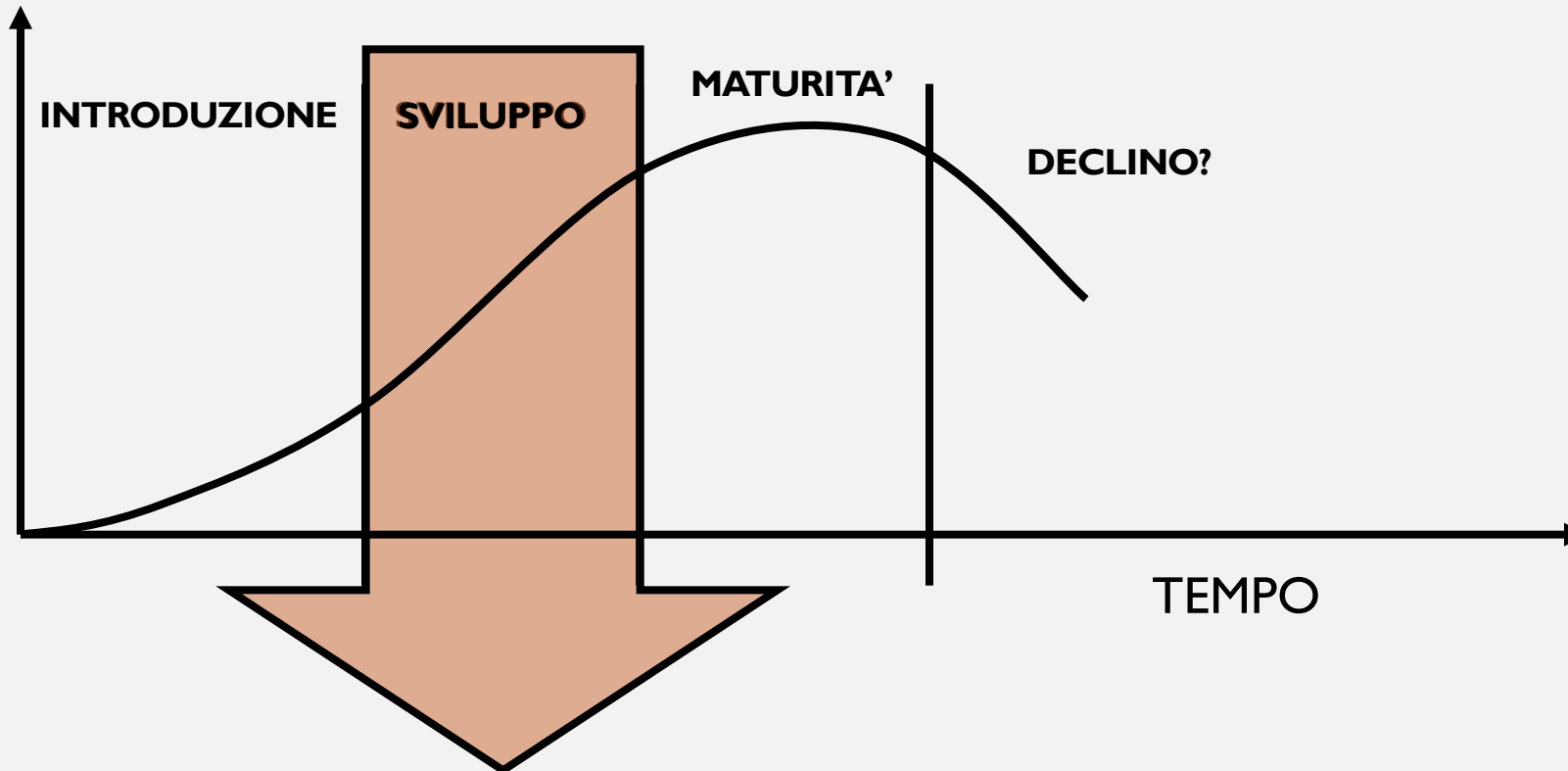


# LA FASE DI SVILUPPO



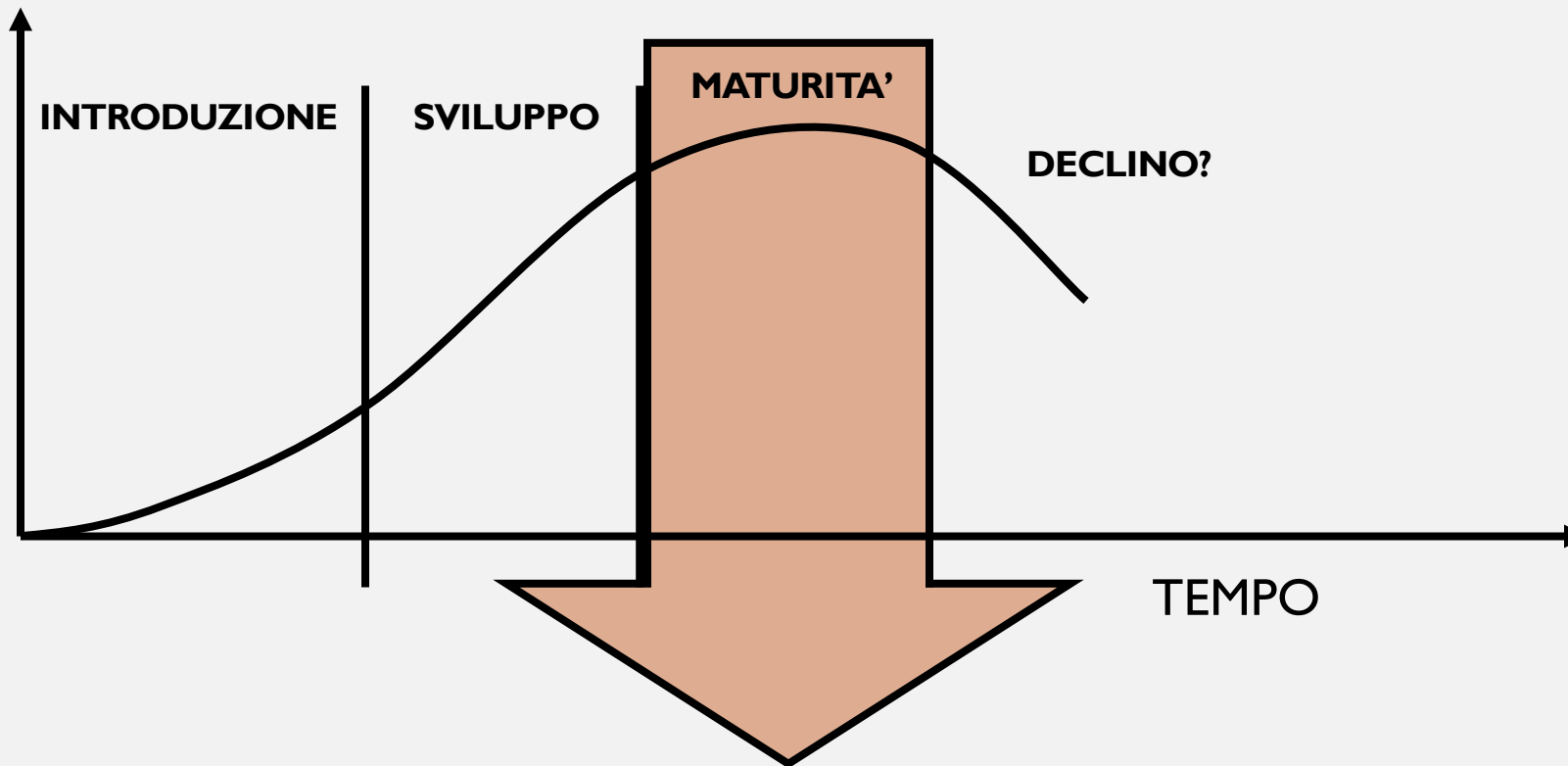
- OBIETTIVO → → → AUMENTARE LE VENDITE
- PRESSIONE CONCORRENZIALE → → → IN AUMENTO

# I FATTORI CRITICI DI SUCCESSO NELLA FASE DI SVILUPPO



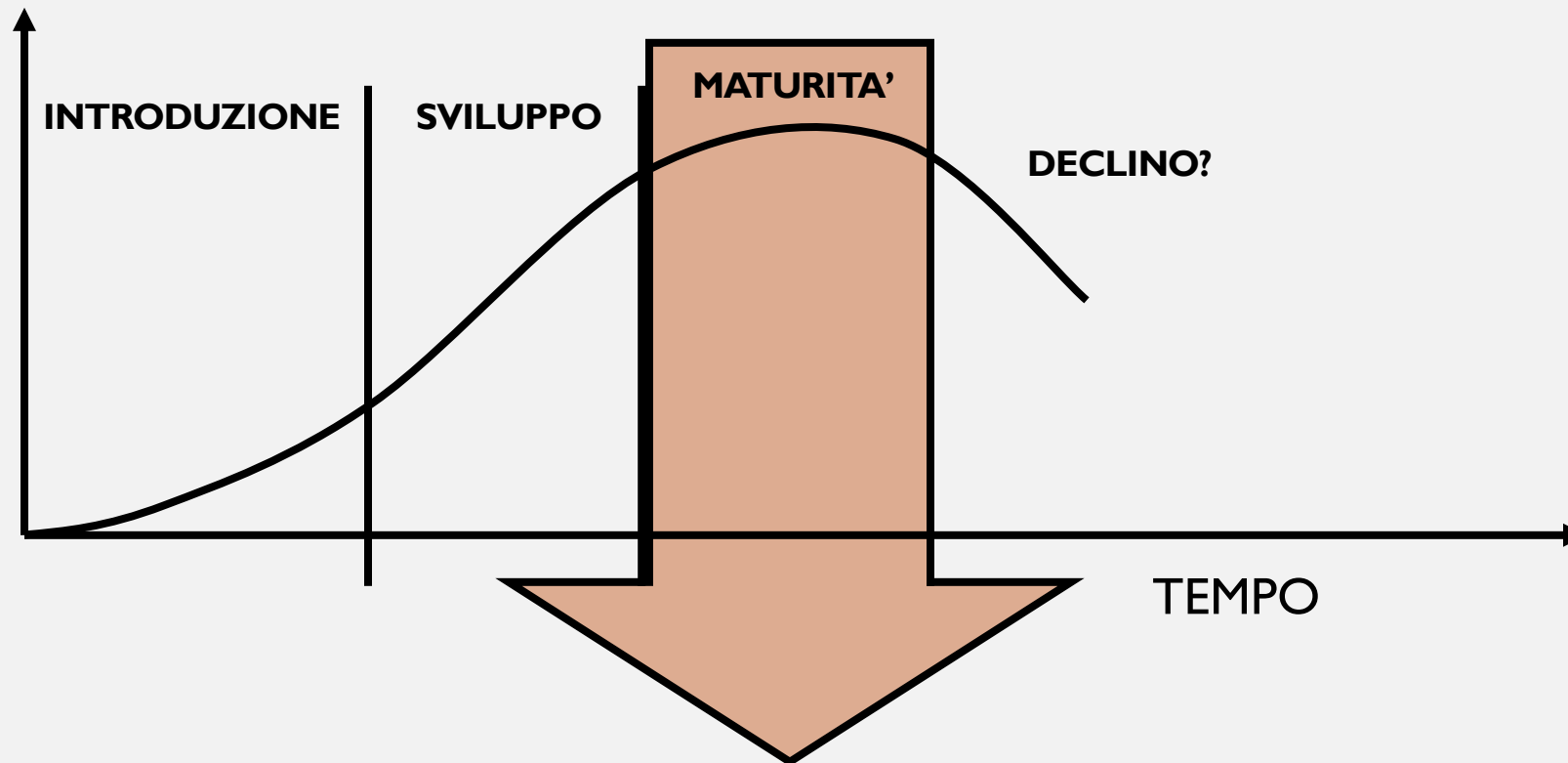
- SVILUPPO DI PRODUZIONE DI MASSA
- POTENZIAMENTO DELLA DISTRIBUZIONE

# LA FASE DI MATURITÀ



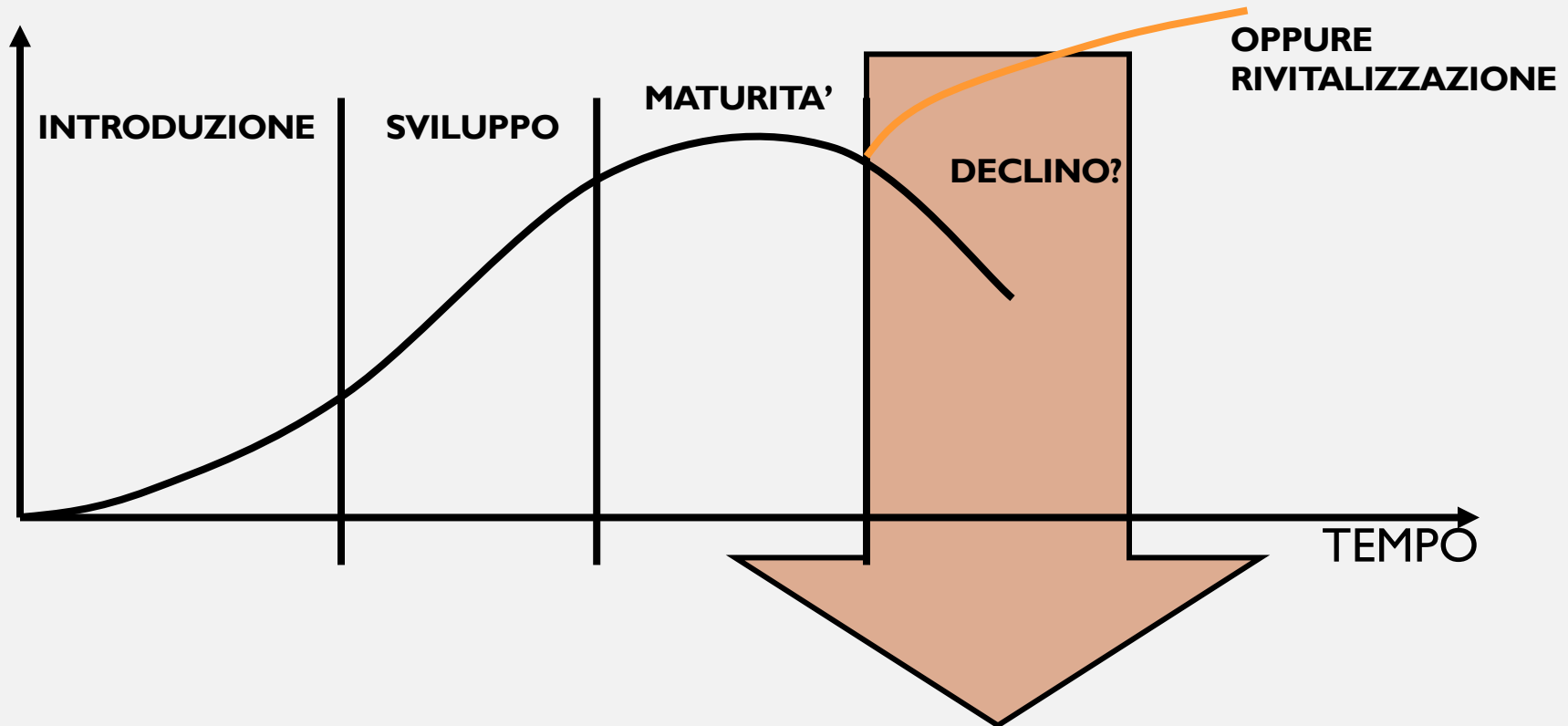
- OBIETTIVO →→→ MANTENERE LE POSIZIONI
- PRESSIONE CONCORRENZIALE →→→ ALTA

# I FATTORI CRITICI DI SUCCESSO NELLA FASE DI MATURITÀ



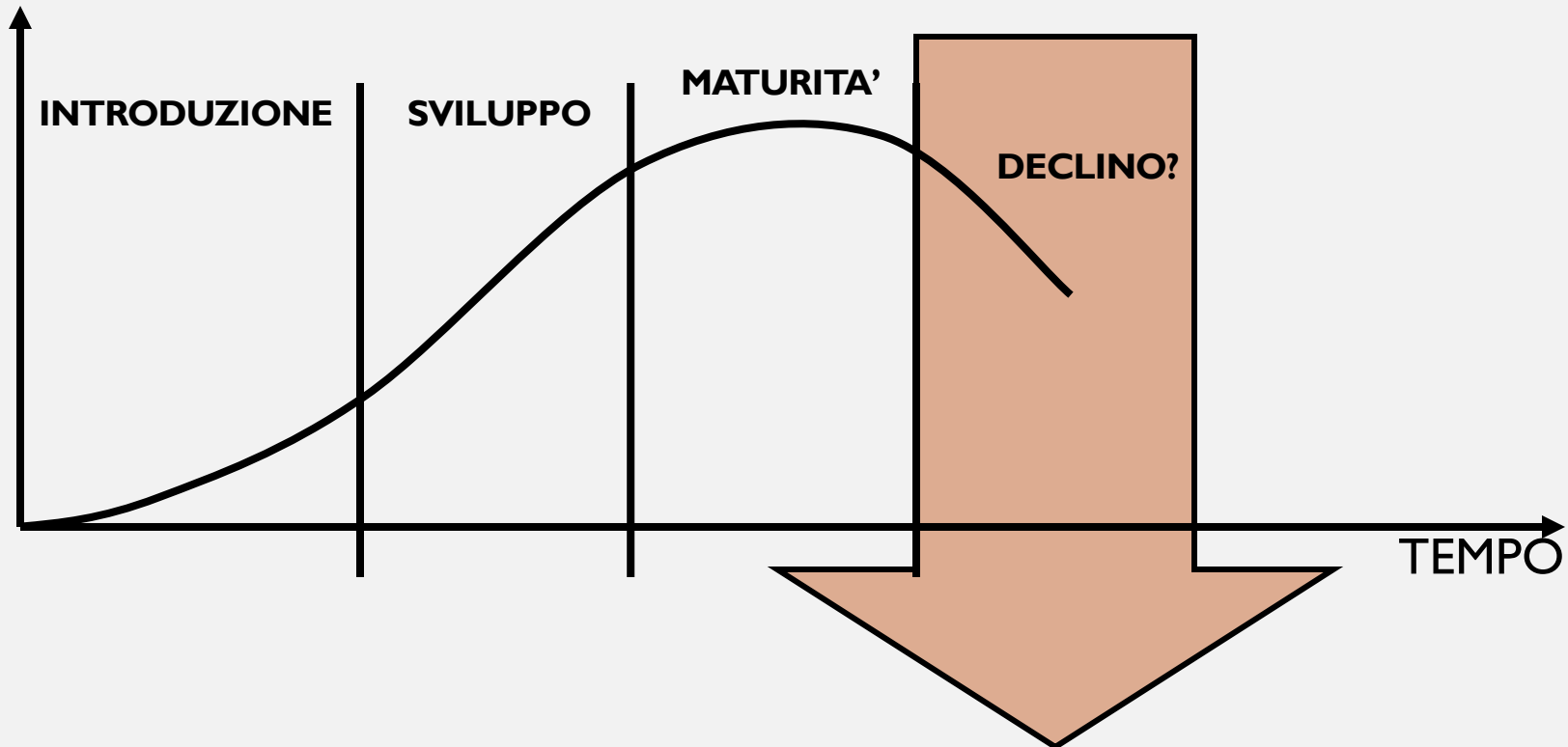
- EFFICIENZA

# LA FASE DI DECLINO



- OBIETTIVO → → → SFRUTTAMENTO REDDITUALE DEL PRODOTTO
- PRESSIONE CONCORRENZIALE → → → IN RIDUZIONE

# I FATTORI CRITICI DI SUCCESSO



- RIDUZIONE DELLA CAPACITA' PRODUTTIVA
- SFRUTTAMENTO DELLA DOMANDA RESIDUA

# L'ADATTAMENTO ORGANIZZATIVO DELLE IMPRESE ESISTENTI

la maggioranza delle imprese investe troppe energie  
nel tentativo di preservare il passato e poche per  
costruire il futuro

- Adattamento
- Anticipazione
- Creazione

# L'ADATTAMENTO ORGANIZZATIVO DELLE IMPRESE ESISTENTI

## ■ Adattamento

**Presa di coscienza**

**Flessibilità organizzativa**

**Risorse (non sempre)**

## ■ Anticipazione

**Capacità di lettura**

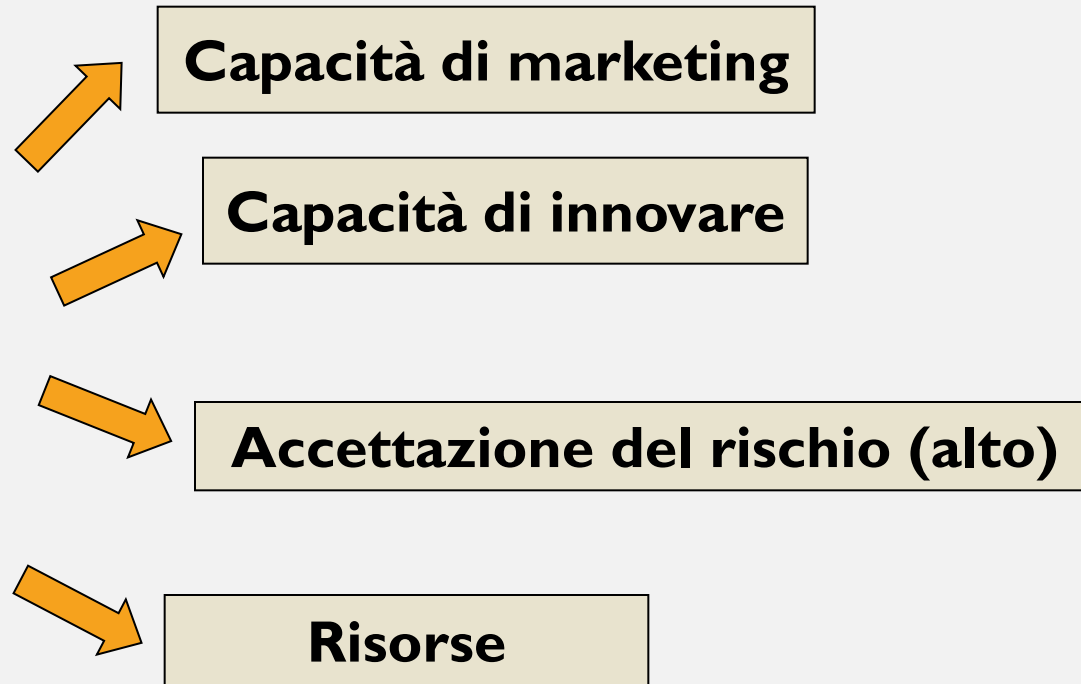
**Accettazione del rischio (medio)**

**Risorse**

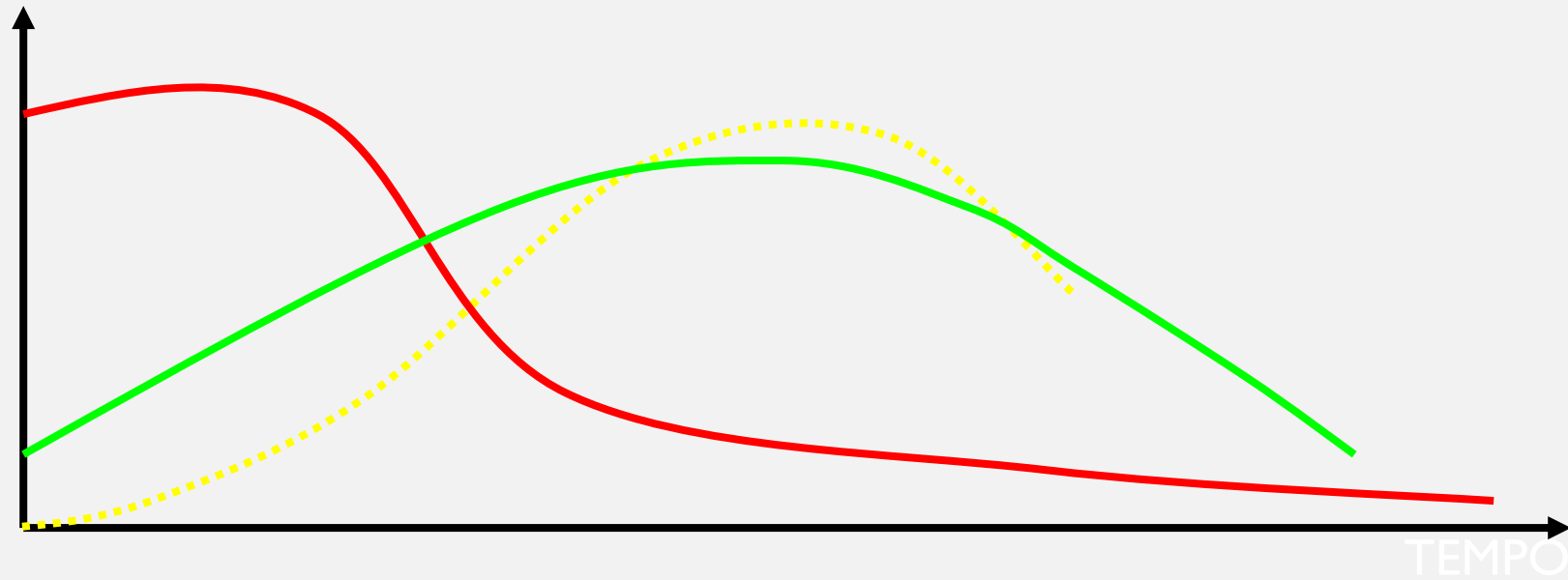


# L'ADATTAMENTO ORGANIZZATIVO DELLE IMPRESE ESISTENTI

## ■ Creazione



# L'INNOVAZIONE

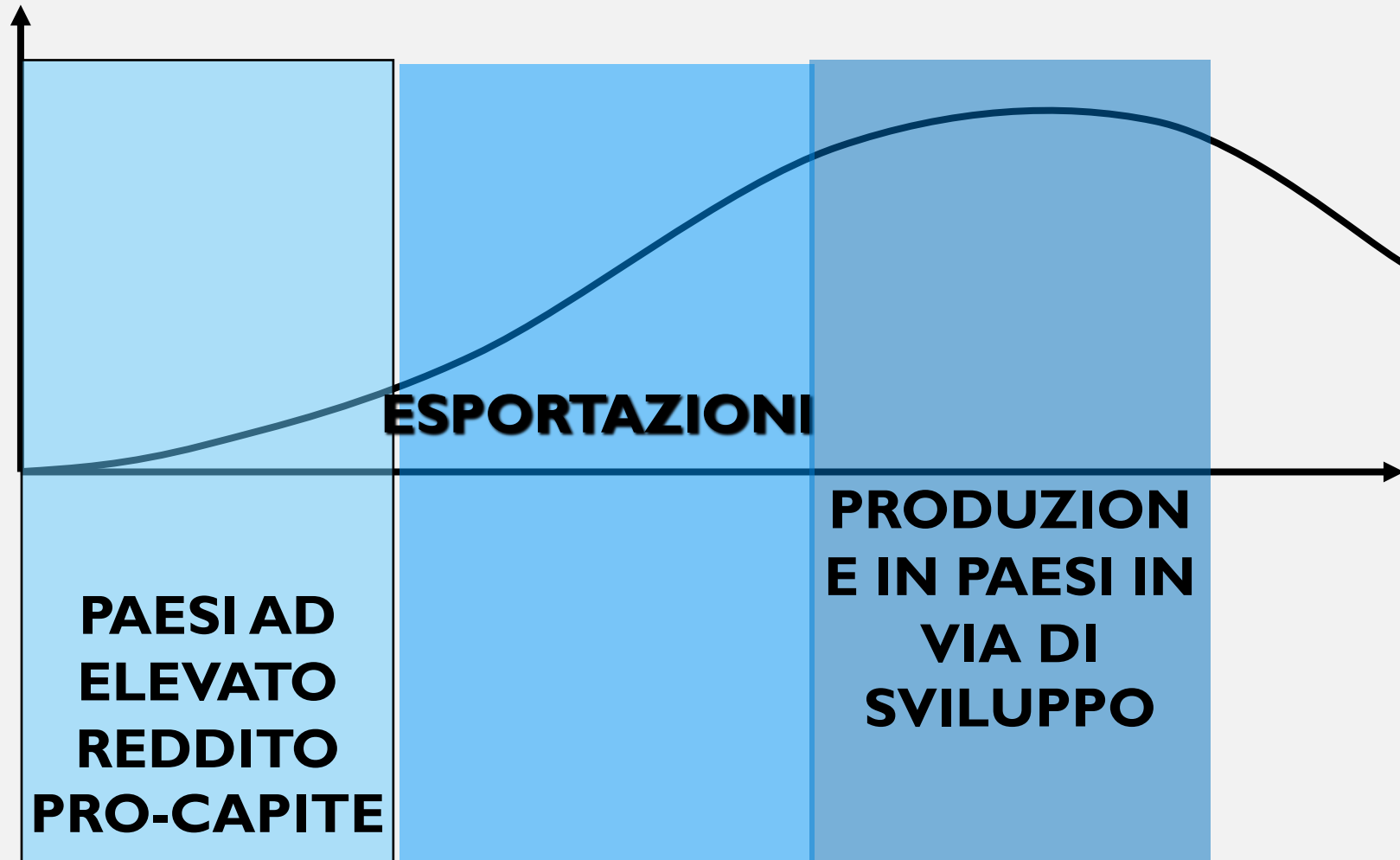


INNOVAZIONE DI PRODOTTO



INNOVAZIONE DI PROCESSO

# L'INTERNAZIONALIZZAZIONE



**PAESI AD  
ELEVATO  
REDDITO  
PRO-CAPITE**

**ESPORTAZIONI**

**PRODUZIONE  
E IN PAESI IN  
VIA DI  
SVILUPPO**

# LE CARATTERISTICHE DEI SETTORI MATURI (1)

Assenza di innovazioni radicali

Quote di mercato stabili

Elevate barriere all'entrata



## LE CARATTERISTICHE DEI SETTORI MATURI (2)

Mercato saturo

Emergente domanda di sostituzione diretta e/o indiretta

Forte pressione concorrenziale

Concorrenza basata sul prezzo dovuta a



# LE CONSEGUENZE

Minori possibilità di conseguire un vantaggio competitivo dovute a...

- MAGGIORE CONOSCENZA DEL PRODOTTO DA PARTE DEL CLIENTE
- STANDARDIZZAZIONE DELLA PRODUZIONE
- BASSO TASSO DI INNOVAZIONE DEL PRODOTTO

MAGGIORE  
DIFFICOLTA' NEL  
RAGGIUNGERE UN  
VANTAGGIO DI  
DIFFERENZIAZIONE

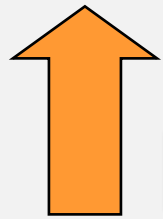
# LE CONSEGUENZE

Minori possibilità di conseguire un vantaggio competitivo dovute a...

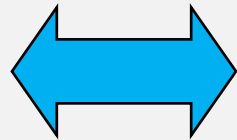
- DIFFUSIONE DELLA  
TECNOLOGIA DI  
PRODUZIONE

MAGGIORE  
DIFFICOLTA' NEL  
RAGGIUNGERE E  
DIFENDERE UN  
VANTAGGIO DI  
COSTO

# IL VANTAGGIO COMPETITIVO NEI SETTORI MATURI



**LEADERSHIP DI COSTO**



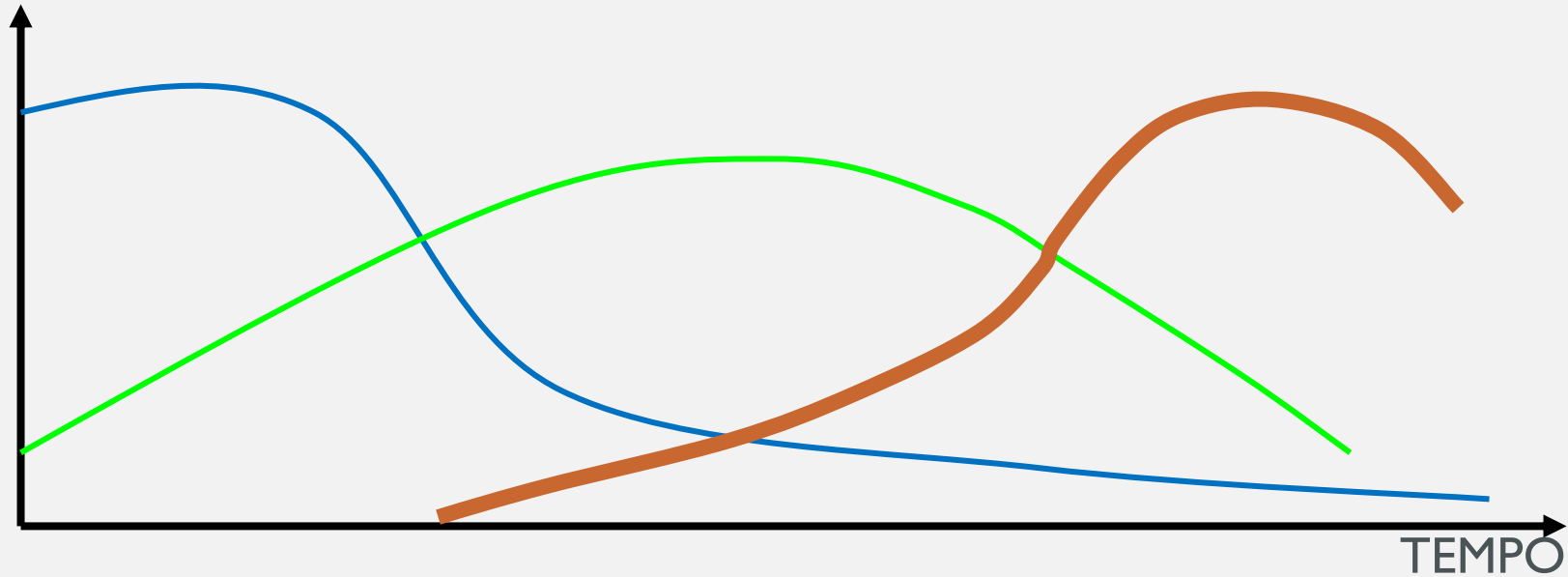
**DIFFERENZIAMENTO**

**+**

**INNOVAZIONE STRATEGICA**



# L'INNOVAZIONE STRATEGICA



INNOVAZIONE DI PRODOTTO



INNOVAZIONE DI PROCESSO



INNOVAZIONE STRATEGICA

# ASPETTI FONDAMENTALI DEL SETTORE

ECCESSO DI CAPACITA'

ASSENZA DI INNOVAZIONE TECNOLOGICA

NUMERO DI CONCORRENTI IN DIMINUZIONE

ETA' MEDIA ELEVATA DELLE RISORSE FISICHE ED  
UMANE

CONCORRENZA DI PREZZO ELEVATA