

Nome \_\_\_\_\_ Cognome \_\_\_\_\_ Matr. \_\_\_\_\_

**1) Se la domanda è ad elasticità unitaria rispetto al prezzo, quali sono le conseguenze di una diminuzione del prezzo del 5% sulla quantità domandata?**

- La quantità domandata non varia
- La quantità domandata diminuisce del 5%
- La quantità domandata aumenta del 5%
- La quantità domandata aumenta del 7%
- La quantità domandata diminuisce del 6%

**2) Disegnate il grafico dell'Equilibrio di Mercato evidenziando come è possibile ricavare da tale modello l'indicazione del prezzo e della quantità di equilibrio**



**3) I cambiamenti di quali fattori possono modificare la curva di domanda (spostamenti della curva)?**

- Cambiamento dei prezzi dei beni correlati (sostituti o complementari)
- Cambiamento del reddito dei consumatori
- Cambiamento delle preferenze dei consumatori
- Tutti e tre i fattori precedentemente elencati
- Nessuno dei tre fattori precedentemente elencati

**4) Che cosa è un bene di lusso?**

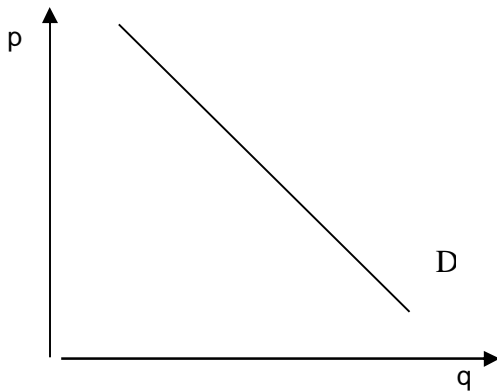
- Un bene che ha un'elasticità della domanda al reddito maggiore di 1
- Un bene che ha un'elasticità della domanda al reddito negativa
- Un bene acquistabile da chi ha un reddito superiore alla media

**I PROVA INTERMEDIA ó DOMANDE PER ESERCITAZIONE**

Facoltà di Bioscienze e Tecnologie Agro-Alimentari e Ambientali ó Cdl Viticoltura e Enologia

- Un bene che ha un'elasticità della domanda al prezzo positiva
- Un bene che ha un'elasticità della domanda al reddito positiva

**5) A parità di altre condizioni disegnare lo spostamento della curva di domanda in seguito ad un aumento del reddito dei consumatori**



**6) Metti in ordine da monte a valle gli operatori economici della filiera agroalimentare (indicando con numeri progressivi da 1 a 5)**

- Agricoltori
- Le imprese dell'industria agroalimentare
- I produttori di mezzi tecnici per l'agricoltura
- I consumatori
- Distribuzione e Ristorazione

**7) Quali sono gli operatori economici del sistema agroalimentare italiano che detengono la quota principale del valore aggiunto?**

- Gli agricoltori
- I produttori di mezzi tecnici per l'agricoltura
- Le imprese dell'industria agroalimentare
- Le imprese della distribuzione
- I servizi di ristorazione

**8) Associa correttamente le seguenti definizioni alle corrispondenti forme di mercato**

1. Monopolio
2. Concorrenza perfetta
3. Concorrenza monopolistica
4. Oligopolio

**I PROVA INTERMEDIA ó DOMANDE PER ESERCITAZIONE**

Facoltà di Bioscienze e Tecnologie Agro-Alimentari e Ambientali ó Cdl Viticoltura e Enologia

5. Monopsonio
6. Oligopsonio

- a) Un solo compratore sul mercato
- b) Un solo venditore sul mercato
- c) Molti venditori con prodotto omogeneo
- d) Molti venditori con prodotto differenziato
- e) Pochi compratori
- f) Pochi venditori

**9) Quale è la caratteristica principale della concorrenza perfetta?**

- L'impresa è price taker, cioè deve accettare il prezzo del mercato e non riesce a vendere il proprio prodotto ad un prezzo diverso dagli altri perché il prodotto è indifferenziato
- Vi sono molte imprese nel mercato ma l'impresa può ritagliarsi una propria nicchia di mercato grazie alla differenziazione del prodotto
- L'impresa vende ad un prezzo più basso della concorrenza e quindi riesce perfettamente a battere la concorrenza

**10) Quale è la caratteristica principale di un mercato oligopolistico?**

- Il numero di imprese è limitato e vi è interdipendenza tra le decisioni di un'impresa e quelle delle altre che producono lo stesso bene e quindi la concorrenza di prezzo è limitata
- Vi sono poche imprese che acquistano prodotti e quindi hanno un elevato potere di mercato nei confronti dei fornitori
- Vi è un numero elevato di imprese venditrici e quindi ogni impresa opera in modo indipendente
- Vi sono molte imprese nel mercato ma l'impresa può ritagliarsi una propria nicchia di mercato grazie alla differenziazione del prodotto
- Vi è una sola impresa che acquista i prodotti da un numero rilevante di venditori

**11) Il ricavo di un'impresa è dato:**

- Dalla somma dei costi fissi e dei costi variabili
- Dal profitto dell'impresa sottratti i costi sostenuti
- Dal prezzo di vendita per la quantità dei beni venduti
- Dal prezzo di acquisto per la quantità dei prodotti acquistati
- Da ciò che rimane all'imprenditore sottratti i costi di acquisto degli input

**12) Cos'è un input produttivo?**

- Tutto ciò che viene immesso nel processo produttivo;
- Tutto ciò che esce dal processo produttivo;
- Il valore di ciò che viene acquistato dall'impresa;
- Il valore di ciò che viene venduto dall'impresa
- Le materie prime necessarie per realizzare il prodotto

**13) Il profitto dell'impresa è dato da:**

- Ricavi più costi
- Quantità vendute per prezzo di acquisto
- Ricavi meno costi
- Ricavi uguali a costi
- Quantità vendute per prezzo di vendita

**14) In che cosa consiste una strategia di "branding"?**

- Nel rifornire con i propri prodotti la Grande Distribuzione Organizzata
- Nel registrare il proprio marchio (brand) perché non possa essere imitato dai concorrenti
- Nell'introduzione di nuovi marchi (o brand) con relative politiche commerciali finalizzate a far conoscere e posizionare i propri prodotti presso i consumatori
- Nel vendere i propri prodotti con il marchio di una catena della Grande Distribuzione Organizzata
- Nel vendere i propri prodotti in filiere corte

**15) Che cosa è la Grande Distribuzione?**

- È l'insieme di imprese distributrici che sotto forma di unica impresa agiscono su tutto il territorio nazionale o larga parte di esso, di solito su superfici di vendita medio-grandi.
- È un punto vendita di grandi dimensioni (ipermercato)
- È l'insieme di aziende di trasformazione che si associano per commercializzare congiuntamente i propri prodotti
- È una forma distributiva di tipo associativo o cooperativo presente su tutto il territorio nazionale, o parte di esso, sotto forma di imprese diverse che agiscono sotto un'unica insegna e coordinate da una sede nazionale.
- È una organizzazione di produttori agricoli che attua la vendita diretta dei prodotti su larga scala

**16) Che cosa è un Supermercato?**

- Un esercizio di vendita al dettaglio operante nel campo alimentare, organizzato a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispone di una superficie di vendita maggiore / uguale a 2500 mq

**I PROVA INTERMEDIA ó DOMANDE PER ESERCITAZIONE**

Facoltà di Bioscienze e Tecnologie Agro-Alimentari e Ambientali ó Cdl Viticoltura e Enologia

- ❑ Un esercizio di vendita al dettaglio operante nel campo alimentare, organizzato a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispone di una superficie di vendita compresa tra 400 e 2499 mq
- ❑ Un esercizio di vendita al dettaglio operante nel campo alimentare, organizzato a libero servizio e con pagamento all'uscita, che dispone di una superficie di vendita compresa tra 100 e 399 mq.
- ❑ Un esercizio di vendita al dettaglio avente una struttura a libero servizio, caratterizzato da un assortimento unbranded, allestimento spartano e da un numero limitato di referenze nelle diverse classi di prodotto
- ❑ Un esercizio commerciale associato in una catena, indipendentemente dalle dimensioni del punto vendita

**17) Che cosa sono le Private Labels (marche private)?**

- ❑ prodotti recanti il marchio di una catena della GDO e commercializzati esclusivamente nei propri punti vendita, sebbene normalmente realizzati da terzi;
- ❑ marchi di imprese i cui azionisti sono privati cittadini;
- ❑ prodotti recanti il marchio di una impresa agroalimentare e venduti a privati attraverso la vendita diretta;
- ❑ prodotti recanti il marchio di una impresa agroalimentare e venduti attraverso le imprese della GDO;
- ❑ prodotti caratterizzati da un marchio di qualità in quanto rispettano degli Standard Privati

**20) Il sistema agroalimentare italiano: (rispondere con VERO o FALSO)**

- ❑ Nel tempo tende a crescere di valore in termini assoluti VERO \_\_\_ / FALSO \_\_\_
- ❑ La quota percentuale di valore aggiunto della componente agricola aumenta nel tempo VERO \_\_\_ / FALSO \_\_\_
- ❑ La quota dei consumi alimentari delle famiglie in rapporto al reddito tende a diminuire nel tempo VERO \_\_\_ / FALSO \_\_\_
- ❑ La quota di valore aggiunto della ristorazione tende a crescere nel tempo VERO \_\_\_ / FALSO \_\_\_
- ❑ La formazione del valore aggiunto tende a spostarsi da valle a monte lungo la filiera VERO \_\_\_ / FALSO \_\_\_

**I PROVA INTERMEDIA ó DOMANDE PER ESERCITAZIONE**

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



CR4 = \_\_\_\_\_ =

Come definiresti questo mercato (monopolistico, oligopolistico, di concorrenza perfetta) e perché?

---