

ANALISI DI SETTORE

Settore verso mercato

Settore	Market
<i>Un gruppo di imprese che offrono prodotti/servizi simili</i>	<i>Insieme di attuali/potenziali acquirenti di un prodotto/servizio</i>
Qual è la struttura del settore?	Chi è il consumatore?
Chi sono gli attori chiave?	Qual è il segmento di mercato?
Chi sono I rivali e I prodotti sostitutivi?	Perchè è stato selezionato questo segmento?
Come sei differenziato e migliore rispetto ai rivali?	Quali sono I problemi/bisogni del consumatore?
Come puoi creare barriere all'entrata?	Com'è il tren del mercato? E' in crescita?

Analisi di settore (1)

1. Definizione

- *Puntuale o ampia?* Definire il settore in maniera puntuale.
 - I codici ATECO, SIC o NAICS possono essere utili.
- *Uno o più?* Identificare tutti i settori in cui l'impresa partecipa.

Livello di dettaglio aumenta

ATECO	Codice	Definizione
Sezione	A	AGRICOLTURA, SILVICOLTURA E PESCA
Divisione	01	COLTIVAZIONI AGRICOLE E PRODUZIONE DI PRODOTTI ANIMALI, CACCIA E SERVIZI CONNESSI
Gruppo	01.1	COLTIVAZIONE DI COLTURE AGRICOLE NON PERMANENTI
Classe	01.11	COLTIVAZIONE DI CEREALI (ESCLUSO IL RISO), LEGUMI DA GRANELLA E SEMI OLEOSI
Categoria	01.11.1	COLTIVAZIONE DI CEREALI
Sottocategoria	01.11.10	COLTIVAZIONE DI CEREALI (ESCLUSO IL RISO)

21 sezioni

1226 sottocategorie

La classificazione SIC dei settori a livello internazionale



UNITED STATES
DEPARTMENT OF LABOR

f t i n e y

Occupational Safety and Health Administration

CONTACT US FAQ A TO Z INDEX ENGLISH ESPAÑOL

OSHA ▾ STANDARDS ▾ TOPICS ▾ HELP AND RESOURCES ▾

SEARCH OSHA

Standard Industrial Classification (SIC) System Search

STATISTICS & DATA | SIC MANUAL

This page allows the user to search the 1987 version SIC manual by keyword, to access descriptive information for a specified 2,3,4-digit SIC, and to examine the manual structure.

Enter a SIC CODE:

Enter the search keyword(s):

Standard Industrial Classification (SIC)
<https://www.osha.gov/pls/imis/sicsearch.html>

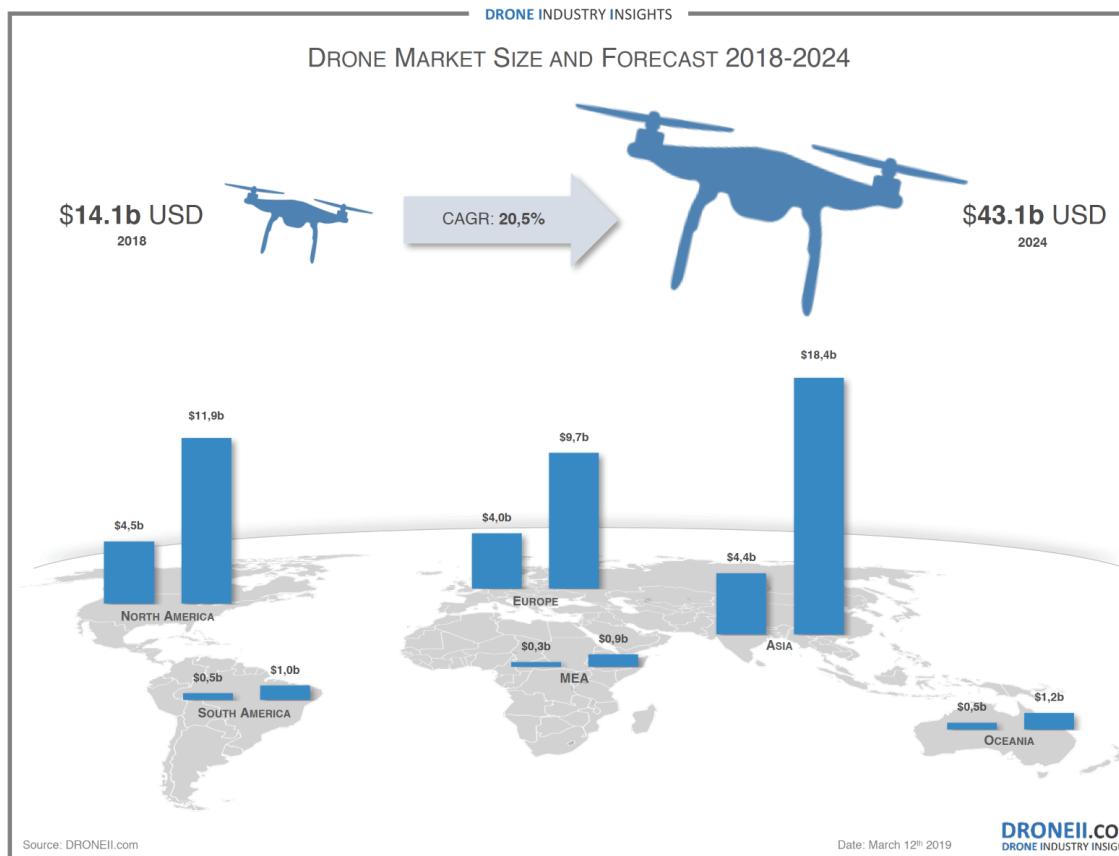
I sistemi SIC e NAICS a confronto

SIC	NAICS
1004 settori	1172 settori
Codici a 4-cifre	Codici a 6-cifre
Divisi in 10 macro-aree	Divisi in 20 macro-aree
US	Nord America
Ristretto a certe categorie	Riconosce settori tecnologici emergenti

Analisi di settore (2)

2. Dimensione (in \$), tasso di crescita (in %), percezione delle crescite future

- Mostrare le informazioni finanziarie in un orizzonte pluriennale (3-5 anni).
- Usare *grafici*.
- Fornire informazioni su una base *regionale* o locale.
- *Evitare* di fornire *distorte* informazioni del settore.



Analisi di settore (3)

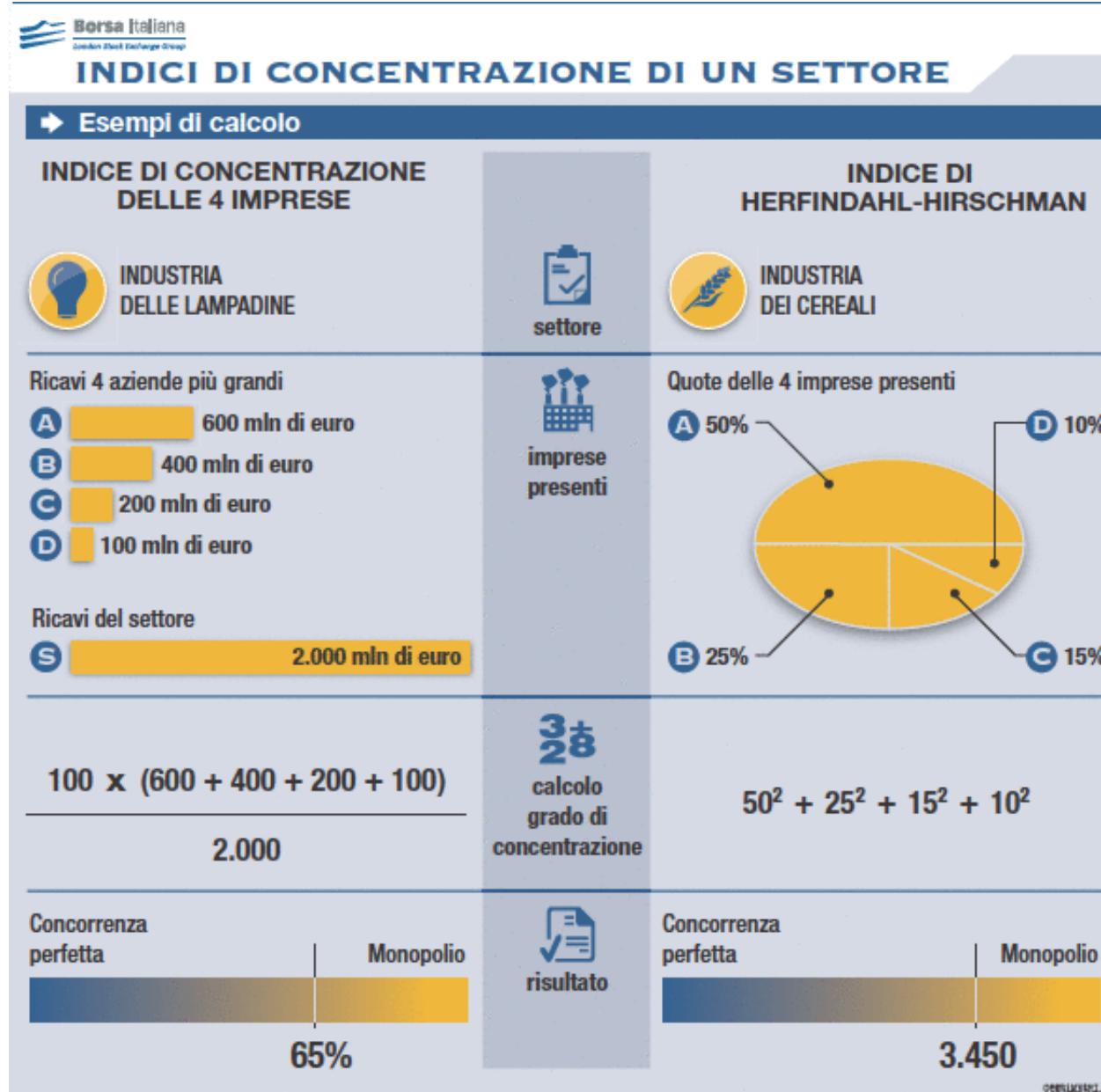
3.Caratteristiche

- Livello di *concentrazione*/frammentazione.
- *Attrattività* (barriere all'entrata).
- Natura dei *rivali*.
- *Tassi* (i.e. profitto netto medio).
- *Fattori critici di successo* (brand, prezzo, etc.)

Level of concentration/fragmentation

$$H = \sum_{i=1}^N s_i^2$$

L'uso dell'indice di concentrazione



Fonte: Borsa italiana - <https://www.borsaitaliana.it/notizie/sotto-la-lente/indici-concentrazione-settore.htm>

Strumenti per l'analisi di settore

5 Forze competitive di Porter

- Competitor esistenti.
- Potenziali entranti
- Prodotti sostitutivi
- Barriere all'entrata



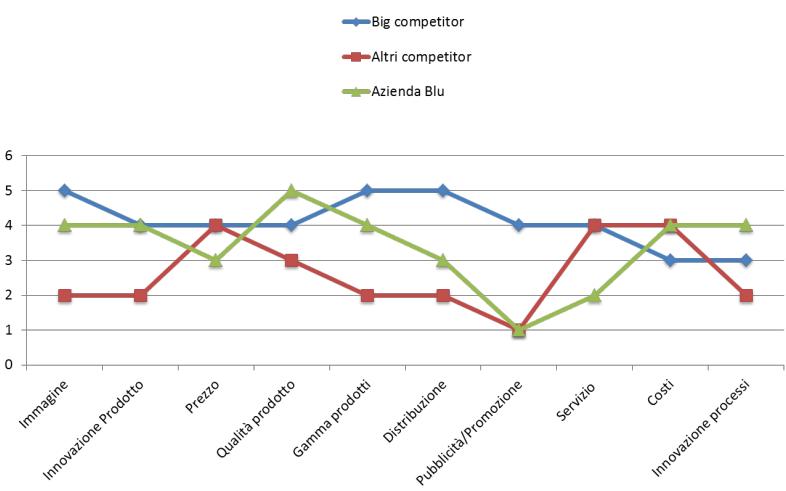
Analisi SWOT

- Elementi esterni: minacce e opportunità
- Elementi interni al gruppo: forze e debolezze



Curva di valore (Blue Ocean)

- Identificare come ci si differenzia dai competitor in termini di valore offerto



Ambito competitivo e analisi di settore

“Perché alcuni settori sono più redditizi di altri?”

“Quali caratteristiche del contesto competitivo influenzano in modo rilevante la redditività dell’impresa?”

In questa lezione vedremo:

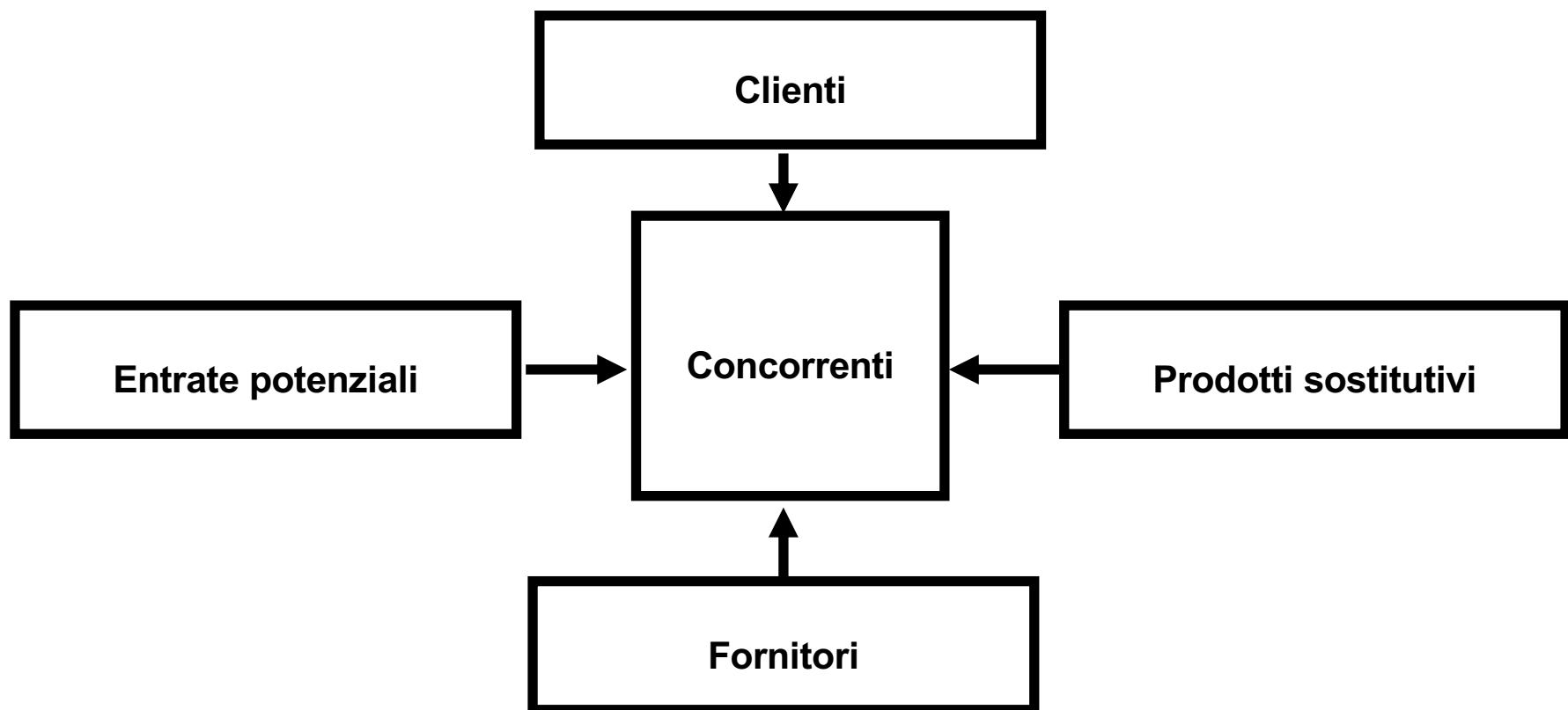
- ✓ L’ambito competitivo dell’impresa.
- ✓ Il modello delle 5 forze competitive di Porter

Le cinque forze competitive

determinano :

• *I'intensità della concorrenza nel settore*

• *il livello di profitto del settore*



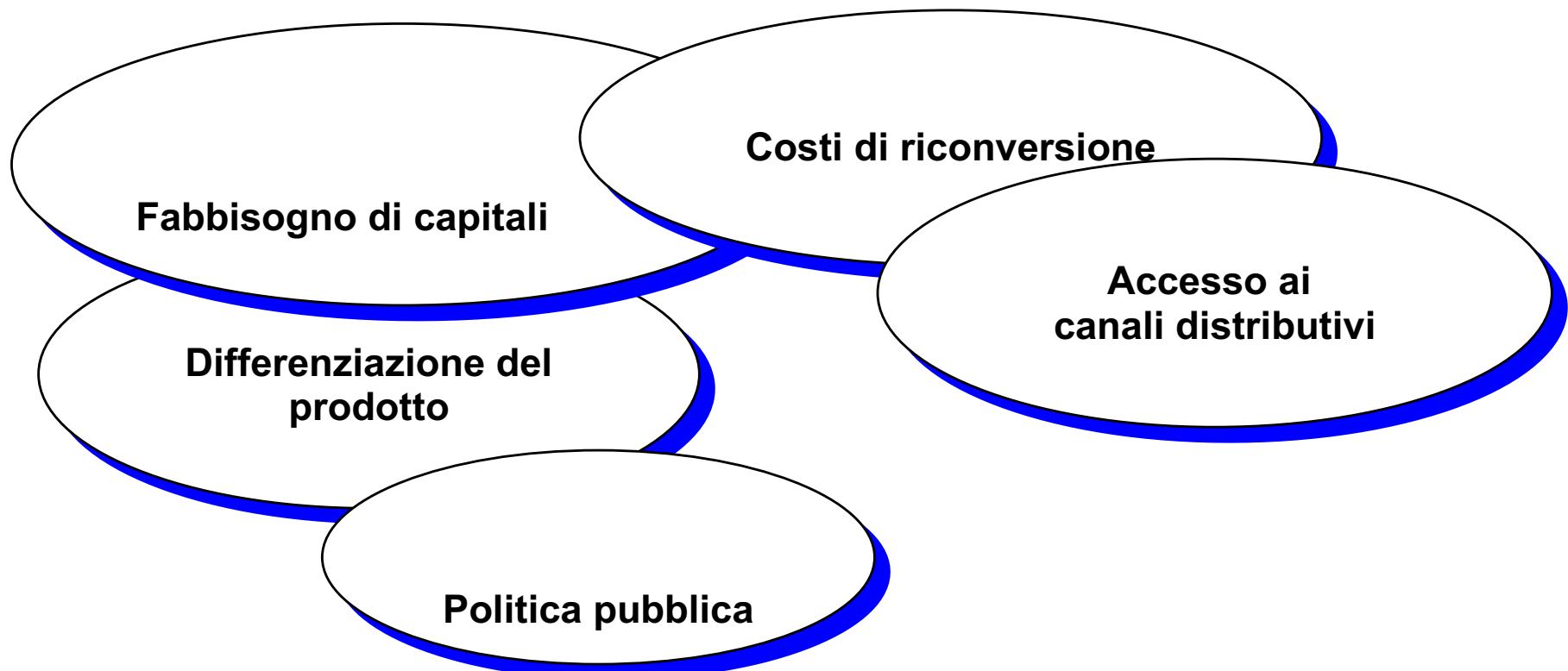
I concorrenti

L'intensità della pressione dei concorrenti dipende da :

- Numerosità e forza dei concorrenti stessi
- Tasso di sviluppo delle vendite del settore
- Possibilità di differenziazione
- Grado di sfruttamento delle capacità produttive
- Barriere all'uscita e costi di riconversione
- Priorità strategiche attribuite al business

Le entrate potenziali

Le barriere che il nuovo entrante deve superare derivano da :



I prodotti sostitutivi

**Soddisfacendo lo stesso bisogno pongono un tetto al prezzo;
la loro pressione dipende da :**



***Possono giustificare
e/o richiedere iniziative
comuni da parte delle
imprese del settore***

I fornitori

I fornitori hanno potere contrattuale quando :

- Il loro settore é concentrato
- Non esistono prodotti sostitutivi
- Si rappresenta un mercato di sbocco marginale
- Il loro prodotto é un input importante per noi
- Hanno differenziato i beni
- Hanno creato costi di conversione
- Possono minacciare l'integrazione a valle

I clienti

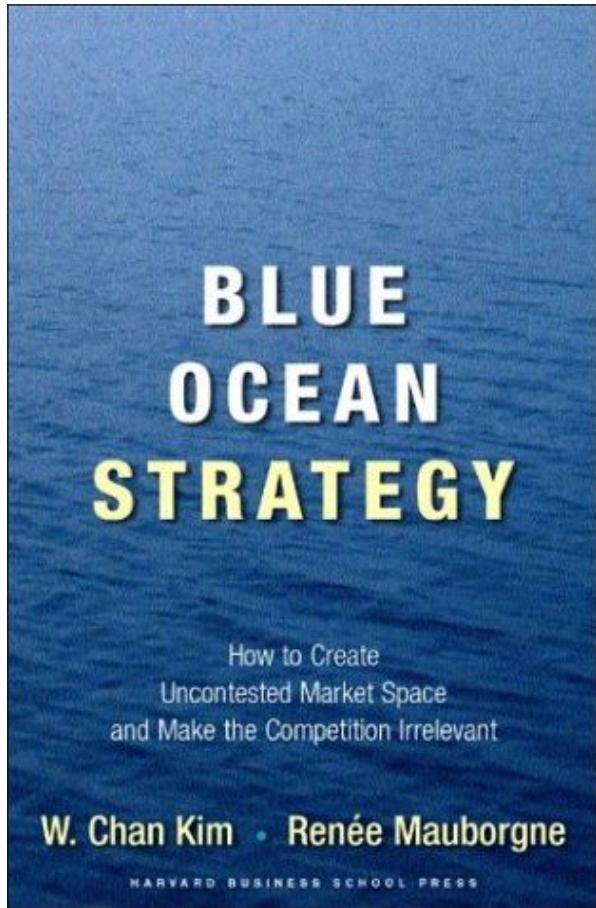
I clienti hanno potere contrattuale quando :

- Il loro settore è concentrato
- Esistono prodotti sostitutivi con bassi costi di riconversione
- Rappresentano un mercato di sbocco importante
- Il nostro prodotto è economicamente importante per loro
- Acquistano beni indifferenziati
- Il bene acquistato non condiziona la loro qualità
- Possiedono informazioni dettagliate
- Possono minacciare l'integrazione a monte

La SWOT Analysis

S STRENGTHS	W WEAKNESSES	O OPPORTUNITIES	T THREATS
<ul style="list-style-type: none">• Things your company does well• Qualities that separate you from your competitors• Internal resources such as skilled, knowledgeable staff• Tangible assets such as intellectual property, capital, proprietary technologies etc.	<ul style="list-style-type: none">• Things your company lacks• Things your competitors do better than you• Resource limitations• Unclear unique selling proposition	<ul style="list-style-type: none">• Underserved markets for specific products• Few competitors in your area• Emerging need for your products or services• Press/media coverage of your company	<ul style="list-style-type: none">• Emerging competitors• Changing regulatory environment• Negative press/media coverage• Changing customer attitudes toward your company

La strategia dell'oceano blu



Come creare
spazi di mercato
non congestionati
e rendere la
competizione
irrilevante

Dagli oceani rossi ...



- Settori esistenti (spazi di mercato conosciuti)
 - Confini del settore ben definiti
 - Competizione sulla domanda
 - Chiare regole competitive
 - Strategie guidate dalla competizione ('*bloody water*')

... agli oceani blu

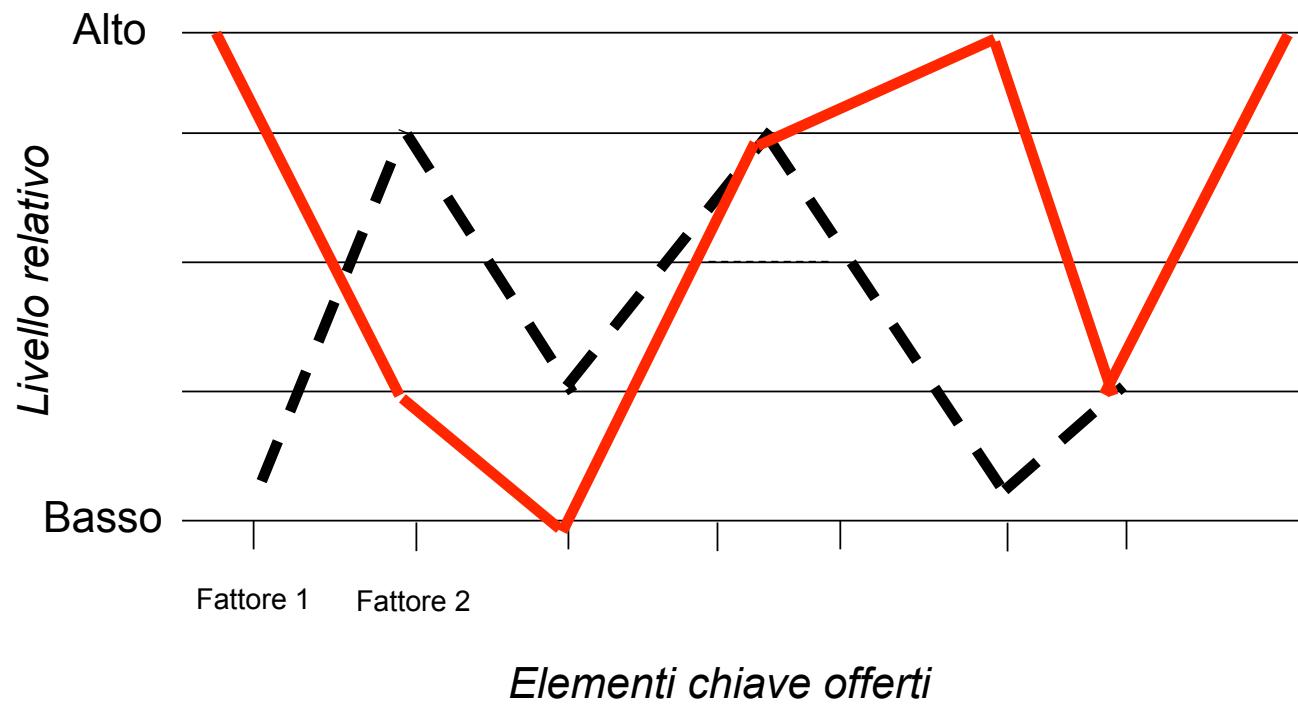


- Settori non esistenti (spazi di mercato sconosciuti)
- La domanda deve essere creata
- Alte opportunità di crescita
- Strategie guidate dalla innovazione di valore

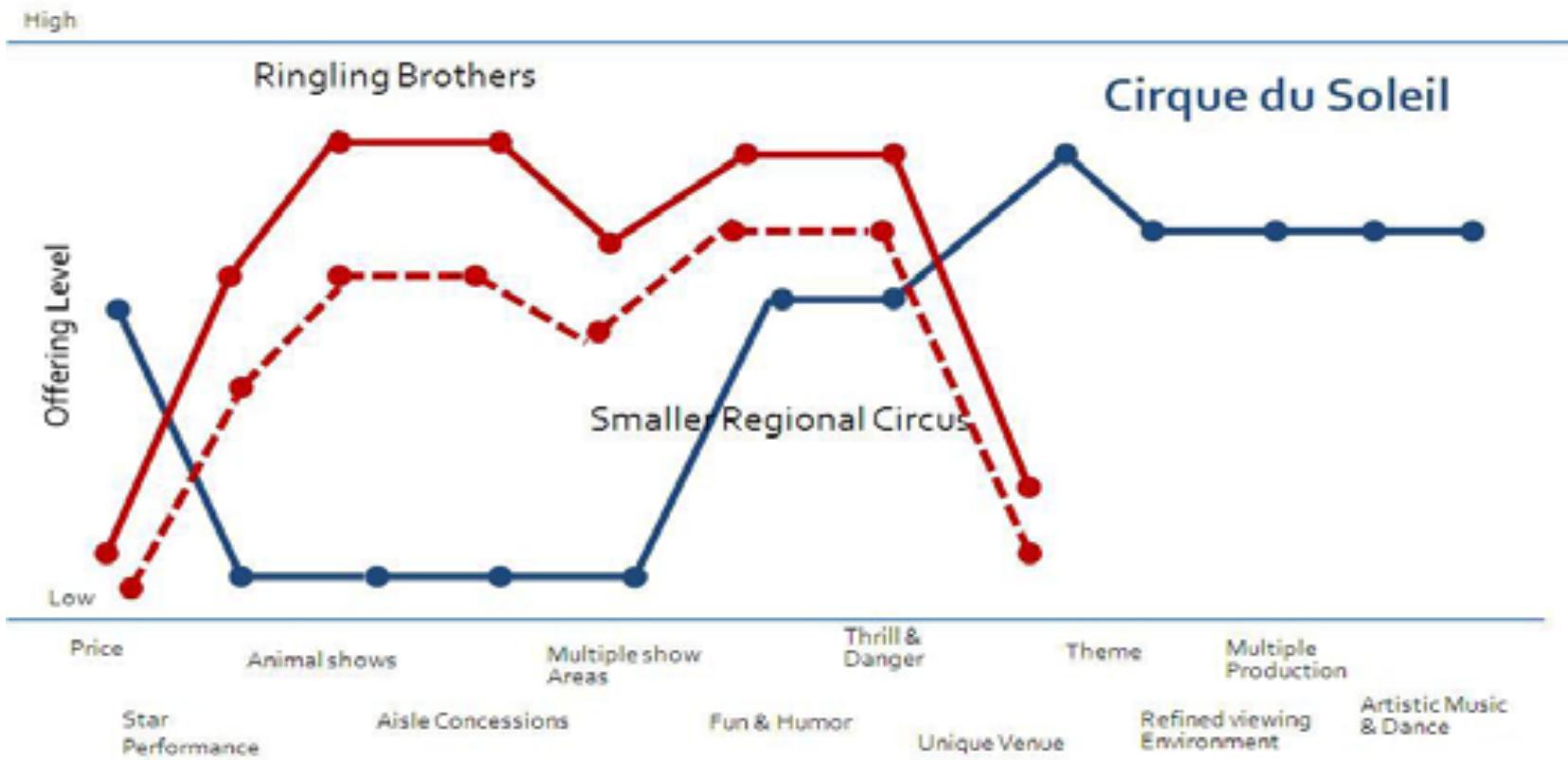
Confronto fra i due oceani

Strategia Oceani Rossi	Strategia Oceani Blu
Competere in mercati esistenti	Creare spazi di mercati non congestionati
Combattere la competizione	Rendere irrilevante la competizione
Sfruttare la domanda esistente	Creare e catturare una nuova domanda
Fare uso del trade-off tra valore e costo	Rompere il trade-off tra valore e costo
Allineare l'intero sistema delle attività dell'impresa in base alla scelta di differenziazione o di <i>low cost</i>	Allineare l'intero sistema delle attività dell'impresa per ottenere sia differenziazione che <i>low cost</i>

La curva di valore



Esempio: Cirque du Soleil



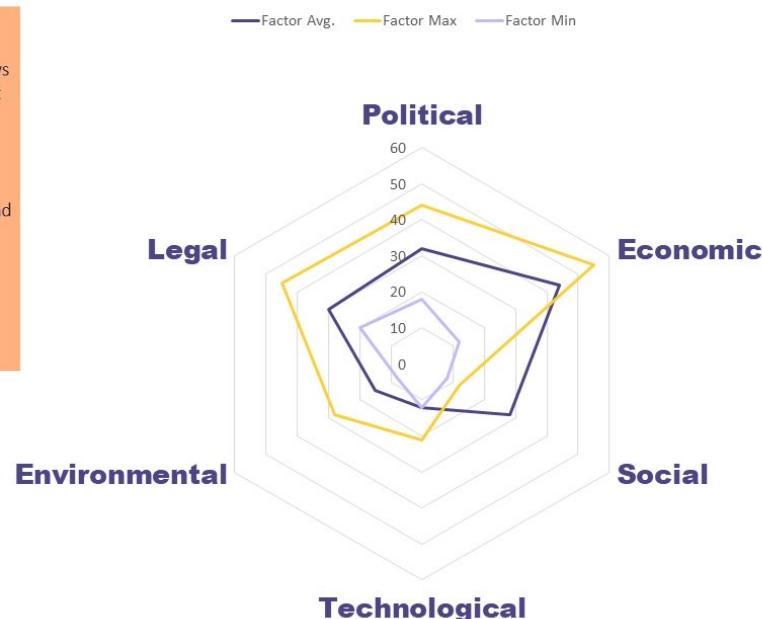
Ispirazioni: circo classico, teatro, opera e spettacoli di Broadway

Analisi di settore (4)

4. Trend

- *Ambientali* (economico, sociale, tecnologico, politico) che favoriscono o no il settore.
- *Di business* (la tecnologia sta accellerando? i margini di profitto stanno diminuendo? Si stanno apriendo nuovi mercati?).

P	E	S	T	E	L
<ul style="list-style-type: none">- Government policy- Political stability- Corruption- Foreign trade policy- Tax policy- Labour law- Trade restrictions	<ul style="list-style-type: none">- Economic growth- Exchange rates- Interest rates- Inflation rates- Disposable income- Unemployment rates	<ul style="list-style-type: none">- Population growth rate- Age distribution- Career attitudes- Safety emphasis- Health consciousness- Lifestyle attitudes- Cultural barriers	<ul style="list-style-type: none">- Technology incentives- Level of innovation- Automation- R&D activity- Technological change- Technological awareness	<ul style="list-style-type: none">- Weather- Climate- Environmental policies- Climate change- Pressures from NGO's	<ul style="list-style-type: none">- Discrimination laws- Antitrust laws- Employment laws- Consumer protection laws- Copyright and patent laws- Health and safety laws



Pestel radar chart

Dati secondari



La “**ricerca su tavolo**” (**secondaria**) fa riferimento a dati esistenti pubblicati sulla rete, in giornali e riviste o in altre fonti affidabili.

Leggere articoli economici, notizie sui trend, articoli basati su survey e report di organizzazioni culturali e nazionali fornisce una buona base.

Fonti per la ricerca secondaria

- [**https://sba.unibo.it/it/almare/collezioni/banche-dati**](https://sba.unibo.it/it/almare/collezioni/banche-dati)
 - **Lexis-Nexis (Nexis UNI)** per dati su imprese (Company Reports) e settori (Lexis-Nexis – Market & Industry > Hoover's Industry Snapshots > Auto Manufacturing)
 - **AIDA, AMADEUS, OSIRIS** per bilanci di imprese (proxy Unibo se fuori rete Almawifi)
 - **ORBIS**
 - Search the name of a company of your interest in a specific sector
 - Each company can have several divisions. Select from the list the one of interest
 - Scroll down the vertical bar on the left and select “Report settoriali”
 - A list of industry report related to the industry of the company is available (some not readable as it is needed a payment, others, like MarketLine, are available)
- **Camere di commercio** per dati di imprese locali (<http://www.registroimprese.it/>)
- **Google Trends** per informazioni sui mercati (<https://trends.google.com/trends>)
- **Report e statistiche governative** (World Bank, European Commission, OECD, Eurostat, ISTAT)
- **Società di consulenza che forniscono ricerche di mercato** (McKinsey, Boston Consulting Group, Bain, PwC, KPMG, Ernst & Young, Deloitte)

Le banche dati accessibili tramite Unibo

<http://www2.sba.unibo.it/cgi-bin/bdati/banchedati.pl?keys=%27%27banca%20dati>

► AIDA: Analisi Informatizzata delle Aziende (versione full) [Covid-19]

Accesso: Online - Ateneo - 4 accessi [estensione a 20 accessi fino al 31/12/2020]

Copertura: 1995-

Parole chiave: all, Scienze economiche e aziendali, Bilanci aziendali

► AIDA: Articoli italiani di periodici accademici

Accesso: Online - Ateneo - 1 accesso

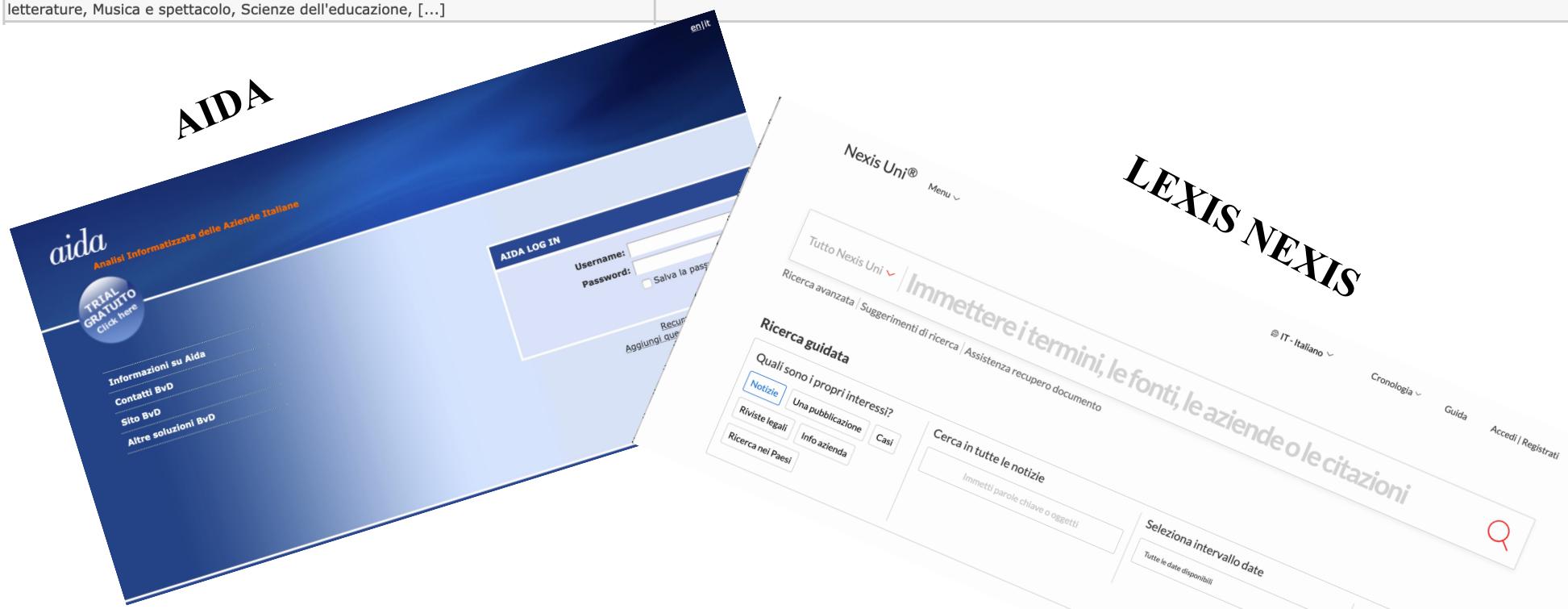
Copertura: Non definibile

Parole chiave: all, Filosofia, Storia, Storia dell'arte, Archeologia, Geografia, Lingue e letterature, Musica e spettacolo, Scienze dell'educazione, [...]

L'estensione a 20 accessi è un'iniziativa dell'editore, valida fino al 31/12/2020, in conseguenza della situazione emergenziale da Covid-19 (contratto CARE-CRUI).

Banca dati contenente i bilanci riclassificati di oltre 650.000 società di capitale italiano (530.000 relative all'ultimo anno). Serie storica (media) di 5 anni. Permette selezioni per settore di attività, area geografica, ... [[scheda completa](#)]

Banca dati bibliografica che copre la letteratura scientifica italiana nell'ambito delle scienze umane e delle discipline correlate. Contiene oltre 340.000 record tratti da circa 1.400 periodici: i record, oltre ai dati bibliografici, contengono anche l'informazione relativa alla localizzazione del periodico nelle biblioteche italiane. ... [[scheda completa](#)]



► LexisNexis (era: Lexis Nexis Academic)

Accesso: Online - Ateneo

Copertura: Differenziata a seconda delle banche dati

Parole chiave: all, Scienze giuridiche, Diritto, Scienze economiche e aziendali, Finanza, Scienze politiche

Banca dati di ambito giuridico-economico che consente l'accesso a miliardi di documenti provenienti da decine di migliaia di fonti internazionali. La risorsa include contenuti selezionati da periodici, compresi quotidiani di copertura regionale o nazionale (ad esempio La Stampa, Il Corriere della Sera, The Financial Times, The Washington Post), notizie da ... [[scheda completa](#)]