

Accès et exploitation d'un avantage spécifique :

Les firmes existantes ont un accès privilégié à des circuits de distribution, à des sources d'approvisionnement, exploitent un brevet, ou un emplacement favorable, etc.

Les économies d'échelle :

Les entreprises du marché principal doivent réaliser des économies d'échelle importantes pour être compétitives. Ceci impose de produire immédiatement de grands volumes.

Offre fortement différencié :

Le marché principal propose aux clients une offre significativement différente. Toutefois, il est marqué par une baisse significative des possibilités de différenciation.

Evolution socio-culturelle :

Des aspects culturels, de préférences et des phénomènes de mode sont en faveur d'un changement des désirs des clients.

Degré d'innovation dans le marché adjacent :

Le produit/service du marché adjacent est adossé à une technologie nouvelle stimulant un nouveau désir chez le consommateur.

Sensibilité du client à la variation des prix:

Les fonctions remplies par les produits du marché principal sont aisément satisfaites par d'autres produits différents avec un rapport qualité/prix plus avantageux.

Equilibre des forces :

Les firmes de l'industrie sont sensiblement de force égale, la réaction de l'une est fortement sanctionnée par la riposte des autres.

Intensité capitalistique :

C'est le cas avec des outils de production fortement spécialisés ayant nécessité des investissements considérables. Les acteurs en place ne peuvent pas sortir du marché car le désengagement leur coûtera très cher. Ils vont défendre chèrement leur place.

Marché principal en maturité:

Les ventes stagnent, le marché principal arrive à saturation (maturité), les concurrents sont obligés à adapter leurs décisions en termes de réduction de coût, différenciation, réduction des prix, etc.

Concentration du marché amont :

Un ou quelques fournisseurs monopolisent une source d'approvisionnement face à une concurrence dispersée.

Coûts de transferts élevés :

Les procédés de fabrication sont dépendants d'une technologie avancée ou d'un composant spécifique. Cet avantage est détenu par une minorité de fournisseurs.

Menace d'intégration vers l'amont :

Les marques lancées par les chaînes de grande distribution viennent concurrencer celles de leurs fournisseurs.

Concentration du marché aval :

La concentration élevée des clients crée des situations de dépendance pesant sur la rentabilité des entreprises du marché principal.

Coût de transfert faible :

L'offre dans le marché principal est standardisée. Les clients changent de fournisseurs avec le moindre coût.

Menace d'intégration vers l'aval:

Les fournisseurs pénètrent le marché principal pour concurrencer leurs clients.