Diapositiva 1

Economia delle forme di mercato Lezione 9

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN **SCIENZE ECONOMICO-AZIENDALI – A.A. 2023/2024**

STEFANO FRICANO

Diapositiva 2

Oltre la competizione

Nel contesto della teoria dell'evoluzione e della dinamica industriale, si è spesso sostenuto che il processo di cambiamento di un settore/mercato sia guidato da una lotta per la sopravvivenza e per il successo individuale, con la competizione tra imprese come principale motore.

Tuttavia, questa visione, sebbene diffusa, non spiega appieno la presenza di comportamenti cooperativi osservati in diversi mercati.

Per comprendere appieno l'evoluzione della cooperazione, è necessario superare una visione riduttiva della selezione naturale, che la limita alla mera competizione individuale per la sopravvivenza.

Dobbiamo considerare meccanismi evolutivi più complessi e sottili, che vanno oltre i cliché comuni.

26/04/2024

Diapositiva 3

Vantaggi della cooperazione

La cooperazione tra imprese può rappresentare un fattore di successo per diversi motivi:

- **Sinergie**: Le imprese possono collaborare per sfruttare sinergie, combinando le proprie risorse, competenze e conoscenze per ottenere risultati migliori di quanto potrebbero fare individualmente.
- **Riduzione dei costi**: La condivisione di risorse, infrastrutture e conoscenze può portare a una riduzione dei costi operativi, consentendo alle imprese di essere più competitive sul mercato.
- **Innovazione**: La cooperazione può stimolare l'innovazione attraverso lo scambio di idee e l'accesso a nuove prospettive. Le imprese possono beneficiare dell'apporto di partner con competenze e prospettive diverse.
- **Flessibilità e adattabilità**: La cooperazione può consentire alle imprese di essere più flessibili e adattabili alle mutevoli condizioni del mercato e dell'ambiente economico.

Diapositiva 4

Tra competizione e cooperazione

A livello sistemico-economico, oggi è ampiamente riconosciuto che competizione e cooperazione siano due facce della stessa medaglia. L'idea principale è quindi quella di sviluppare un modello di competizione cooperativa che possa sostituire il tradizionale modello di competizione basato sul presupposto hobbesiano dell'individualismo estremo, dove il successo di uno si traduce nella sconfitta dell'altro. Oggi comprendiamo che la cooperazione tra gli attori economici è altrettanto cruciale quanto la competizione stessa, un modello confermato dall'ampia evidenza empirica.

Diapositiva 5

Coopetition

In un ambiente sociale e di mercato in costante mutamento, caratterizzato da crisi e limitate risorse, emerge chiaramente che nessuna organizzazione dispone delle risorse necessarie per prosperare e mantenere una supremazia duratura.

Il concetto di "coopetition", derivante dalla fusione delle parole "cooperation" e "competition", ha radici storiche che risalgono all'inizio del XX secolo. Tuttavia, il termine è stato reso popolare dagli studi di Adam Brandenburger e Barry Nalebuff negli anni '90. Questi studiosi hanno analizzato le dinamiche delle imprese nel contesto della strategia aziendale, evidenziando come la cooperazione tra aziende concorrenti potesse portare a vantaggi reciproci.

26/04/2024

Diapositiva 6

Alcuni casi

26/04/2024

Apple & Samsung e lo schermo Oled.

L'accordo tra Apple e Samsung per la fornitura di schermi curvi per l'iPhone X rappresenta un esempio di coopetizione, in cui due aziende concorrenti collaborano per un obiettivo comune. Samsung ha accettato di fornire i propri schermi ad Apple non solo per motivi finanziari legati alle entrate derivanti dalle vendite dell'iPhone, ma anche perché Apple supporta tradizionalmente i suoi fornitori per migliorare la qualità e l'efficienza. Questo ha consentito a Samsung di rafforzare ulteriormente il proprio vantaggio competitivo rispetto agli altri concorrenti del mercato.

Diapositiva 7

Altri esempi

Nell'industria automobilistica degli anni '80, le case automobilistiche come General Motors, Ford e Chrysler hanno collaborato per sviluppare tecnologie comuni per aumentare l'efficienza e ridurre i costi di produzione. La stessa strategia è stata portata avanti da FIAT e Suzuki nel 2005.

In campo tecnologico, il consorzio Bluetooth, fondato nel 1998 da diverse aziende del settore delle telecomunicazioni e dell'elettronica, ha lavorato insieme per sviluppare uno standard di comunicazione senza fili.

Nell'ambito dell'aviazione, le alleanze strategiche tra compagnie aeree rivali, come Star Alliance e SkyTeam, hanno permesso loro di collaborare su rotte, orari e servizi, pur mantenendo una forte concorrenza sui prezzi e sui servizi offerti.

26/04/2024

Diapositiva 8

Un caso recente

Il 17 marzo 2020, Pfizer Inc. (NYSE: PFE) e BioNTech SE (Nasdaq: BNTX) annunciarono una collaborazione per sviluppare congiuntamente un vaccino contro il COVID-19. L'accordo di coopetizione tra le due aziende aumentò la capacità produttiva per soddisfare l'offerta globale del vaccino, consentendo loro di produrre milioni di dosi entro la fine del 2020 e centinaia di milioni di dosi aggiuntive nel 2021.

A giugno 2021, le aziende annunciarono un altro accordo con il governo per fornire altre 500 milioni di dosi del vaccino per sostenere alcuni dei paesi più poveri. BioNTech ha contribuito con i candidati vaccino, mentre Pfizer ha fornito la ricerca clinica e lo sviluppo, oltre alle capacità di produzione e distribuzione dell'azienda. BioNTech ha ricevuto un pagamento iniziale da Pfizer di $185 milioni e un investimento azionario di quasi $113 milioni, con un potenziale di $748 milioni in pagamenti futuri totali se vengono raggiunti specifici obiettivi.

Diapositiva 9

Coopetition games

26/04/2024

I giochi coopetitivi in economia si riferiscono a situazioni in cui le imprese o gli attori economici operano in un contesto in cui è presente sia la cooperazione che la competizione. Questi giochi sono una rappresentazione dei complessi rapporti che si instaurano nella dinamica industriale, dove le imprese possono trovare vantaggi collaborando tra di loro, ma allo stesso tempo sono spinte dalla competizione per ottenere una posizione di vantaggio sul mercato.

I giochi coopetitivi in economia modellano le interazioni tra le imprese in contesti in cui è necessario bilanciare la cooperazione per raggiungere obiettivi comuni, come la riduzione dei costi o lo sviluppo di nuove tecnologie, con la competizione per acquisire quote di mercato o ottenere risorse scarse.

Diapositiva 10

Gli studi sulla coopetition

I giochi coopetitivi in economia sono ampiamente studiati nella teoria dei giochi e nella strategia aziendale, poiché offrono un'importante cornice concettuale per comprendere come le imprese possono massimizzare il proprio successo navigando tra cooperazione e competizione nel contesto dinamico del mercato.

Ad esempio, le joint venture tra imprese concorrenti per lo sviluppo di nuovi prodotti o tecnologie rappresentano un tipo di gioco coopetitivo in cui le imprese collaborano per condividere risorse e competenze, ma allo stesso tempo sono in competizione sul mercato per attrarre clienti.

Altri esempi sono tipicamente quelli legati ai distretti industriali. I distretti industriali marshalliani sono considerati importanti motori di sviluppo economico locale, poiché promuovono l'innovazione, l'occupazione e la competitività delle imprese all'interno di una determinata area geografica. Questi concetti sono stati ampiamente studiati e applicati in contesti di sviluppo economico regionale e politiche industriali.

Diapositiva 11

Distretti industriali

I distretti industriali marshalliani sono un concetto economico sviluppato da Alfred Marshall, un economista britannico del XIX secolo. Marshall ha introdotto il concetto di "distretti industriali" nel suo lavoro più noto, "Principi di Economia" (1890), per descrivere delle regioni geografiche in cui si concentra un insieme di imprese e fornitori specializzati in determinati settori produttivi.

Questi distretti industriali sono caratterizzati da una serie di elementi distintivi:

- Le imprese all'interno del distretto industriale tendono a essere specializzate in settori specifici, ad esempio tessile, calzaturiero, o meccanico.
- La concentrazione di imprese e risorse all'interno del distretto crea economie esterne che possono portare a vantaggi competitivi, come la riduzione dei costi di trasporto, la condivisione delle infrastrutture e il rapido scambio di informazioni.

Diapositiva 12

I distretti italiani

Negli anni '70, Becattini ha deciso di adottare il concetto marshalliano di distretto industriale per cercare di spiegare ciò che stava accadendo in Italia dopo la seconda guerra mondiale.

In quel periodo, Becattini ha notato la presenza di numerose aree geografiche, soprattutto nel centro e nord Italia, caratterizzate da una concentrazione significativa di piccole imprese. Queste imprese non erano solo collegate da accordi economici formali, ma anche da un contesto sociale condiviso in cui operavano.

Questo fenomeno era più diffuso in Italia rispetto ad altri paesi, poiché le politiche industriali a sostegno della grande impresa, comuni nei paesi sviluppati nel dopoguerra, non hanno avuto un impatto completo nel paese.

Diapositiva 13

Le possibili cause

Ritardo nell'attuazione delle politiche industriali: L'Italia è spesso in ritardo nell'implementazione delle politiche necessarie per rimanere competitive rispetto ad altri paesi sviluppati. Negli anni '70, mentre altri paesi avevano già completato politiche orientate verso lo sviluppo della grande impresa, l'Italia potrebbe non aver ancora completato questo processo, permettendo alle piccole imprese di stabilizzarsi.

Spirito imprenditoriale prevalente: In Italia, c'è un maggiore "spirito imprenditoriale" rispetto ad altri paesi, con una tendenza diffusa a preferire le dimensioni più ridotte delle imprese. Questo può riflettersi nella volontà di rimanere nell'ambito delle piccole imprese, con un parziale rifiuto della grande impresa.

Radici storiche dei sistemi locali di produzione: Prima delle due guerre mondiali, erano presenti in Italia rudimentali sistemi di produzione locali, spesso incentrati sull'artigianato. Queste radici storiche hanno potuto favorire la continuazione di un tessuto industriale caratterizzato da piccole imprese.

Vantaggio competitivo nei settori specifici: Il sistema produttivo italiano, soprattutto nei settori ad alta intensità di know-how e design e a bassa intensità di capitale, come il tessile-abbigliamento, il calzaturiero e l'industria del mobile, era in grado di creare un vantaggio competitivo particolare. Questo potrebbe aver incentivato la persistenza delle piccole imprese in questi settori anziché un'adozione più ampia del modello della grande impresa.