

## Capitolo 5

### D1 *La concorrenza orizzontale* (pagina 103)

La pubblicità comparativa è uno strumento tipico del confronto competitivo orizzontale nei mercati consumer. Analizzando il sito di [Acqua Lete](#) si analizzi la strategia di confronto del brand con i principali concorrenti: quali leve della product offering si stressano?

### D2 *L'omogeneità del bisogno soddisfatto* (pagina 105)

[Yellow Tail](#) e [Tavernello](#) sono brand di vino posizionati nel mass market. Analizzandone il portafoglio di offerta se ne evidenzino le similitudini in termini d'identificazione del bisogno da soddisfare e le differenze rispetto a brand più prestigiosi.

### D3 *Il quarto capitalismo* (pagina 108)

Si visiti il sito del centro studi [Mediobanca](#) e si scelga un'impresa di medie dimensioni a piacere. Che differenze presenta con una piccola impresa del medesimo settore?

### D4 *La concorrenza verticale* (pagina 113)

Si analizzi l'offerta di prodotti a marchio [Coop](#) e si evidenzino le minacce portate ai produttori di marca industriale, scegliendo una categoria a piacere (es. biscotti).

### D5 *La convergenza* (pagina 116)

La digitalizzazione, descritta nel Capitolo 3, ha consentito la nascita di un player come [lMioLibro](#), che porta un attacco frontale alle case editrici tradizionali. Quali sono i punti di forza e quali le debolezze di questa iniziativa?