

Indice

| | |
|---|--------|
| Prefazione <i>di Francesco Cossiga</i> | IX |
| Presentazione <i>di Maurizio Dallochio</i> | XI |
| Introduzione alla terza edizione Start-up nell'era della globalizzazione | 1 |
| Parte prima "COSA" PRODURRE | |
| 1 Fare impresa oggi | 11 |
| 1.1 Il nuovo modo di intendere l'impresa | 11 |
| 1.2 L'impresa e le scelte strategiche | 12 |
| 1.3 La programmazione di lungo e di breve periodo: strategia e adattamento imposto dalla globalizzazione | 13 |
| 1.4 L'impresa di successo deve "giocare d'attacco" | 15 |
| 2 L'analisi del mercato | 19 |
| 2.1 Il concetto di mercato | 19 |
| 2.2 L'analisi della domanda | 19 |
| 2.2.1 La domanda in funzione del reddito | 20 |
| 2.2.2 La domanda in funzione del prezzo | 21 |
| 2.2.3 La domanda in funzione dei gusti e dei prezzi degli altri beni | 21 |
| 2.3 L'analisi dell'offerta | 23 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 2.3.1 | Il mercato di concorrenza perfetta | 24 |
| 2.3.2 | Il regime di monopolio | 25 |
| 2.3.3 | La concorrenza monopolistica | 26 |
| 2.3.4 | L'oligopolio | 27 |
| 3 | La politica del prodotto | 29 |
| 3.1 | La leva del marketing | 29 |
| 3.2 | Che cosa e per chi | 30 |
| 3.3 | L'individuazione del mercato di riferimento | 32 |
| 3.4 | L'influenza della globalizzazione nella scelta del cosa produrre: l'importazione di idee | 34 |
| 3.5 | Il ciclo di vita di un prodotto | 36 |
| 3.6 | La programmazione del prodotto | 39 |
| 3.7 | La promozione dell'immagine aziendale: la qualità del prodotto | 42 |
| 3.8 | Dalla qualità del prodotto alla qualità totale | 44 |
| 3.9 | La certificazione di qualità | 45 |
| 3.9.1 | L'iter per ottenere la certificazione di qualità | 46 |
| 3.9.2 | L'attestato di qualificazione per le imprese operanti nel settore delle costruzioni: le SOA | 48 |
| 3.10 | La programmazione dell'assistenza postvendita | 51 |

Parte seconda "COME" PRODURRE

| | | |
|----------|---|-----------|
| 4 | Le implicazioni connesse al "come" produrre | 55 |
| 4.1 | Le scelte fondamentali | 55 |
| 4.2 | "Come" competere | 55 |
| 4.2.1 | Le strategie competitive nel mercato globale | 59 |
| 4.2.2 | Come diventare una leadership di costo | 60 |
| 4.2.3 | "Come" diventare una leadership di differenziazione | 64 |
| 4.2.4 | La strategia competitiva di focalizzazione | 64 |
| 5 | L'assetto giuridico | 67 |
| 5.1 | Scegliere l'"abito" più adatto al mercato | 67 |
| 5.2 | Le imprese individuali | 68 |
| 5.2.1 | Come nasce un'impresa individuale | 68 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 5.2.2 | L'impresa familiare | 70 |
| 5.2.3 | L'impresa artigiana | 71 |
| 5.3 | Le società di persone | 73 |
| 5.3.1 | La società in nome collettivo | 73 |
| 5.3.2 | La società in accomandita semplice | 74 |
| 5.3.3 | Come nasce una società di persone | 75 |
| 5.4 | Le società di capitali | 76 |
| 5.4.1 | Come nasce una società a responsabilità limitata | 77 |
| 5.5 | I consorzi | 78 |
| 5.5.1 | Il consorzio interno | 79 |
| 5.5.2 | Il consorzio esterno | 79 |
| 5.5.3 | La società consortile | 81 |
| 5.6 | Le joint venture | 82 |
| 5.6.1 | La joint venture contrattuale | 83 |
| 5.6.2 | La joint venture societaria | 83 |
| 5.6.3 | La joint venture internazionale | 84 |
| 5.7 | Le associazioni temporanee di imprese | 84 |
| 6 | L'assetto patrimoniale | 87 |
| 6.1 | La struttura del patrimonio | 87 |
| 6.2 | Il margine di struttura e il margine di tesoreria | 89 |
| 6.3 | I finanziamenti | 91 |
| 6.3.1 | I finanziamenti pubblici | 91 |
| 6.3.2 | Gli aiuti di Stato e la normativa comunitaria | 94 |
| 6.3.3 | I finanziamenti bancari | 94 |
| 6.3.4 | Il finanziamento dei progetti d'investimento. L'impatto di Basilea 2 sul rapporto banca-impresa | 96 |
| 6.3.5 | Il ricorso ai confidi | 102 |
| 6.3.6 | Il <i>factoring</i> | 102 |
| 6.3.7 | Il <i>leasing</i> | 103 |
| 6.3.8 | Il <i>project financing</i> | 104 |
| 7 | L'assetto organizzativo | 107 |
| 7.1 | L'importanza della struttura organizzativa | 107 |
| 7.2 | Lo stile di leadership nelle imprese globalizzate | 110 |
| 7.3 | L'evoluzione del modello di gestione aziendale | 111 |

| | | |
|----------|--|------------|
| 7.4 | La struttura organizzativa di una ditta individuale | 114 |
| 7.5 | La struttura organizzativa di una piccola-media azienda monoprodotta o poco diversificata | 114 |
| 7.5.1 | La struttura funzionale worldwide | 116 |
| 7.6 | L'organizzazione di una grande impresa world-wide | 117 |
| 7.7 | Il modello distrettuale (cluster) | 119 |
| 8 | L'assetto tecnico | 121 |
| 8.1 | Il ciclo tecnico di produzione | 121 |
| 8.2 | L'outsourcing | 122 |
| 8.3 | La logistica degli approvvigionamenti e la gestione delle scorte | 123 |
| 8.3.1 | Come, quanto e dove approvvigionarsi | 123 |
| 8.3.2 | Il <i>global sourcing</i> | 125 |
| 8.3.3 | La gestione delle scorte | 126 |
| 8.4 | Le problematiche connesse alla progettazione dell'impianto | 129 |
| 8.4.1 | Le modalità di acquisizione dell'impianto | 129 |
| 8.4.2 | La scelta della dimensione dell'impianto | 130 |
| 8.4.3 | I problemi legati alla gestione dell'impianto | 134 |
| 8.4.4 | Le scelte di <i>lay-out</i> | 135 |
| 8.5 | La politica di promozione delle vendite | 136 |
| 8.5.1 | La promozione delle vendite | 136 |
| 8.5.2 | L'efficacia del messaggio pubblicitario | 137 |
| 8.6 | La politica di distribuzione | 138 |
| 8.6.1 | I canali distributivi | 138 |
| 8.6.2 | Il franchising | 139 |

Parte terza "QUANTO" PRODURRE

| | | |
|----------|--|------------|
| 9 | L'analisi dei costi | 143 |
| 9.1 | La scelta del "quanto" produrre | 143 |
| 9.2 | Il concetto di costo | 143 |
| 9.3 | Costi fissi, variabili, totali e semivariabili | 144 |
| 9.3.1 | I costi fissi | 144 |
| 9.3.2 | I costi variabili | 146 |
| 9.3.3 | I costi totali | 147 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 9.3.4 | I costi semivariabili | 148 |
| 9.3.5 | Il costo marginale e il costo medio di produzione | 148 |
| 9.3.6 | L'analisi del costo suppletivo nel breve periodo | 149 |
| 9.4 | Altre distinzioni dei costi | 150 |
| 9.4.1 | Costi speciali e costi comuni | 150 |
| 9.4.2 | Costi diretti e indiretti | 150 |
| 9.5 | La ripartizione dei costi comuni su base unica | 151 |
| 9.6 | Le configurazioni di costo | 153 |
| 9.7 | Il margine di contribuzione | 155 |
| 9.8 | La politica dei prezzi | 155 |
| 9.8.1 | La genesi del prezzo | 155 |
| 9.8.2 | Come si determinano i prezzi | 156 |
| 9.8.3 | Come si amministrano i prezzi | 158 |
| 9.9 | La <i>break-even analysis</i> | 159 |
| 9.9.1 | La determinazione grafica del punto di pareggio e del margine di sicurezza | 160 |
| 9.10 | Il business plan | 161 |

Parte quarta “DOVE” PRODURRE

| | | |
|--------|--|-----|
| 10 | Dove fare impresa | 167 |
| 10.1 | La scelta del “dove” produrre | 167 |
| 10.2 | Le implicazioni connesse al processo di internazionalizzazione: le modalità di entrata e il controllo della gestione | 167 |
| 10.2.1 | Le modalità di entrata | 168 |
| 10.2.2 | Il controllo della gestione delle attività aziendali: la strategia delle alleanze | 169 |
| 10.3 | Dalla globalizzazione dell'economia alla globalizzazione delle politiche economiche | 172 |
| 10.4 | Le forme di integrazione economica | 173 |
| 10.5 | La scelta di operare nelle aree di libero scambio o sui mercati protetti | 174 |
| 10.6 | La nuova geopolitica dei blocchi: l'asse BRIC | 175 |
| 10.7 | Le nuove frontiere economiche del Mediterraneo | 177 |

| | | |
|-----------|---|------------|
| 10.8 | L'Area UE | 178 |
| 10.8.1 | Il ruolo dell'Unione europea in materia di aiuti di Stato. I fondi strutturali europei | 179 |
| 10.9 | Il piano di aiuti nel territorio italiano | 180 |
| 10.10 | Il sostegno agli investimenti produttivi | 183 |
| 10.10.1 | Il credito d'imposta per gli investimenti e le zone franche urbane | 183 |
| 10.10.2 | La legge 488/1992 | 185 |
| 10.10.3 | La legge per lo sviluppo dell'imprenditoria femminile | 194 |
| 10.10.4 | La legge 181/1989 per la reindustrializzazione di specifiche aree | 196 |
| 10.10.5 | Gli strumenti di programmazione negoziata | 197 |
| 10.11 | Sostegno agli investimenti in ricerca e sviluppo | 198 |
| 10.12 | Sostegno per iniziative di start up | 200 |
| 10.13 | Sostegno per l'auto-imprenditorialità | 204 |
| 10.14 | Sostegno per l'efficienza energetica | 204 |
| 10.15 | Programma "Industria 2015" | 206 |
| 10.16 | Il sostegno all'internazionalizzazione delle imprese | 208 |
| 10.16.1 | Agevolazioni per la partecipazione al capitale di imprese estere e per incentivare la formazione di società o imprese all'estero. I fondi venture capital | 209 |
| 10.16.2 | Agevolazioni sui crediti all'esportazione | 211 |
| 10.16.3 | Agevolazioni per i programmi di penetrazione commerciale all'estero | 211 |
| 10.16.4 | Agevolazioni ai consorzi agroalimentari e turistico-alberghieri | 212 |
| 10.16.5 | Agevolazioni per la partecipazione a gare internazionali | 213 |
| 11 | Business: il turismo alternativo | 215 |
| 11.1 | Il bed and breakfast | 215 |
| 11.2 | Le origini del bed and breakfast | 216 |
| 11.3 | La normativa regionale: punti ricorrenti e punti divergenti. Il caso a sé della Toscana e della Prov. Autonoma di Bolzano | 217 |
| 11.4 | Il bed and breakfast ieri e oggi: cosa è rimasto e cosa è cambiato | 221 |

| | | |
|----------------------|---|------------|
| 11.5 | Come si apre un bed and breakfast | 223 |
| 11.6 | Le altre tipologie ricettive extra-alberghiere | 225 |
| 11.7 | Problematiche intorno al bed and breakfast | 228 |
| 12 | Fare impresa di energia rinnovabile | 231 |
| 12.1 | Lo scenario | 232 |
| 12.2 | Come investire | 232 |
| 12.3 | Le fonti rinnovabili | 232 |
| 12.4 | L'energia eolica | 234 |
| 12.5 | L'energia fotovoltaica | 238 |
| 12.6 | L'energia idroelettrica | 243 |
| | 12.6.1 Energia geotermica | 244 |
| | 12.6.2 Biomassa | 247 |
| | 12.6.3 Energia da idrogeno | 250 |
| | 12.6.4 Solare termico | 253 |
| | 12.6.5 CIP 6 | 255 |
| | 12.6.6 Certificati verdi | 256 |
| | 12.6.7 Autorizzazioni necessarie per la realizzazione di impianti di energia elettrica prodotta da fonti rinnovabili | 258 |
| | Allegato 1. Incentivi regionali alle imprese per lo sfruttamento delle fonti rinnovabili e l'uso razionale dell'energia | 260 |
| | Allegato 2. Schema di agevolazioni per le fonti rinnovabili | 265 |
| Appendici | | |
| | Un esempio di business plan | 269 |
| 1 | L'impresa e i suoi protagonisti | 269 |
| 2 | Sintesi dell'iniziativa proposta | 272 |
| 3 | Il prodotto | 274 |
| 4 | Il mercato di sbocco e la concorrenza | 276 |
| 5 | L'organizzazione dei fattori produttivi e il ciclo di produzione | 280 |
| 6 | L'organizzazione del lavoro | 284 |
| 7 | Le prestazioni ambientali | 285 |

| | | |
|---|--|-----|
| 8 | Le risorse finanziarie | 286 |
| 9 | Le strategie commerciali: il piano marketing | 287 |
| | Case histories in pillole | 291 |
| | Glossario | 297 |
| | Indirizzi Internet utili | 315 |
| | Bibliografia | 317 |