

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