

# Indice

<b>Prefazione</b> , di <i>Carlo Robiglio</i>	VII
<b>Introduzione</b>	1
<b>1 La geopolitica: cos'è e perché può essere utile al business</b>	5
1.1 Geopolitica: le origini in un mondo complesso	5
1.2 Quali bisogni soddisfaceva la geopolitica	10
1.3 I contenuti della geopolitica	13
1.4 Business e geopolitica: una prima impressione	21
<b>2 Il contesto internazionale come sorgente di valore</b>	29
2.1 Business e globalizzazione a macchia di leopardo	29
2.2 Rischio decisionale e qualità delle informazioni	36
2.3 Scenari critici, decisioni e geopolitica	40
<b>3 Geopolitica e paradigmi organizzativi. Iato o sinfonia?</b>	45
3.1 «Welcome to the Jungle». Tipi di imprese e geopolitica	45
3.2 Geopolitica e leadership. Il contesto e i partner	51
3.3 Organizzazioni e geopolitica. Il nodo dei vincoli interni	56
3.4 Modelli organizzativi, geopolitica e strategie aziendali	60
3.5 Organizzazioni, leadership e geopolitica	68
<b>4 Geopolitica On Air. In diretta con chi fa business</b>	73
4.1 Geopolitica. Il punto di vista di chi affianca le imprese	74
4.2 Gestione del rischio e geopolitica	85
4.3 Geopolitica, risorse umane e leadership	106

<b>5</b>	<b>Geopolitica e PMI: le dimensioni, davvero, contano?</b>	<b>117</b>
5.1	Geopolitica e dimensioni aziendali. Una relazione?	117
5.2	Geopolitica. Un asset per le imprese medie e piccole	120
5.3	La geopolitica come sguardo oltre l'impresa	124
5.4	Il contesto italiano: geopolitica e Sistema Paese	128
	<b>Conclusioni</b>	<b>137</b>
	<b>Ringraziamenti</b>	<b>143</b>