

Indice

Presentazione	11
1. Il processo di globalizzazione e l'organizzazione spaziale delle imprese a cura di Maria Giuseppina Lucia	15
1.1 All'origine della globalizzazione: il sistema mondo e l'economia mondo 15	
1.2 Globalizzazione: il processo e le divergenti opinioni sul fenomeno.....	18
1.3 Le fasi della globalizzazione e l'organizzazione spaziale del sistema economico	19
1.4 La geografia delle imprese tra dispersione e concentrazione.....	24
1.5 La catena globale del valore.....	27
2. Cambiamenti del sistema economico e dinamiche settoriali a cura di Andrea Setti.....	33
2.1 Il settore primario	33
2.1.1 <i>Tipologie dei sistemi agricoli</i>	34
2.1.2 <i>Agricoltura: dalle origini all'età moderna</i>	35
2.1.3 <i>Trend e sviluppi dell'agricoltura contemporanea</i>	37
2.1.4 <i>Il settore estrattivo moderno</i>	39
2.2 Il settore secondario.....	42
2.2.1 <i>Dalla rivoluzione industriale alla produzione flessibile</i>	42
2.2.2 <i>L'avvento di Internet e la terza rivoluzione industriale</i>	44
2.2.3 <i>La quarta rivoluzione industriale: l'industria 4.0</i>	47

2.2.4	<i>Le global network value chain</i>	49
2.3	Il settore terziario.....	53
2.3.1	<i>I servizi nell'economia globalizzata</i>	53
2.3.2	<i>Dalla terziarizzazione dell'economia alla servicing economy</i>	54
2.3.3	<i>I servizi alle imprese</i>	58
3.	La finanziarizzazione del sistema economico nell'era della globalizzazione	
	<i>a cura di Maria Giuseppina Lucia</i>	61
3.1	La finanziarizzazione del sistema economico	63
3.2	La finanziarizzazione dell'impresa	66
3.3	Le differenze locali del sistema finanziario globale.....	68
3.4	I movimenti di capitali finanziari nello spazio geografico	71
3.5	Nodi e reti del sistema finanziario	74
4.	Dall'impresa locale alla multinazionale: le decisioni legate all'internazionalizzazione	
	<i>a cura di Stefano Valdemarin</i>	79
4.1	Imprese locali, internazionali e multinazionali	80
4.2	L'ingresso nei mercati esteri: costi e benefici	81
4.3	I vantaggi necessari per l'internazionalizzazione: il paradigma OLI.....	85
4.4	Le modalità d'ingresso nei Paesi esteri.....	88
4.4.1	<i>L'export</i>	89
4.4.2	<i>Le soluzioni contrattuali</i>	91
4.4.3	<i>Gli investimenti diretti esteri</i>	95
4.5	Internazionalizzazione rapida o progressiva?.....	98
4.5.1	<i>L'internazionalizzazione progressiva</i>	98
4.5.2	<i>L'internazionalizzazione rapida</i>	100
5.	L'analisi dei Paesi esteri nel processo di internazionalizzazione	
	<i>a cura di Francesca Serravalle e Stefano Valdemarin</i>	103
5.1	I fattori esterni nel processo di analisi strategica	105
5.2	L'analisi PESTEL.....	107
5.2.1	<i>Fattori politici</i>	108
5.2.2	<i>Fattori economici</i>	108
5.2.3	<i>Fattori sociali e culturali</i>	108
5.2.4	<i>Fattori tecnologici</i>	109
5.2.5	<i>Fattori ambientali</i>	109

5.2.6	<i>Fattori legali</i>	110
5.3	Il modello delle 5 (+1) forze di Porter	110
5.3.1	<i>I concorrenti diretti</i>	112
5.3.2	<i>L'ingresso sul mercato di nuovi concorrenti</i>	113
5.3.3	<i>I prodotti sostitutivi</i>	114
5.3.4	<i>Il potere di negoziazione dei compratori</i>	114
5.3.5	<i>Il potere di negoziazione dei fornitori</i>	115
5.3.6	<i>Il ruolo dello Stato</i>	116
5.4	Le condizioni d'accesso e i fattori chiave del successo nel processo d'internazionalizzazione	117
5.5	Identificare le principali opportunità e minacce in un Paese estero.....	119
6.	Valutare il potenziale internazionale dell'impresa	
	<i>a cura di Francesca Serravalle e Stefano Valdemarin</i>	121
6.1	La segmentazione strategica: identificare le business unit.....	122
6.2	Selezionare i business da internazionalizzare: la matrice BCG	125
6.3	L'analisi dei fattori interni	128
6.4	Il modello VRIN.....	130
6.5	L'analisi della catena del valore	133
6.6	L'analisi della filiera.....	135
6.7	Capacità strategiche e vantaggio competitivo di lungo termine.....	137
6.8	Identificare le principali forze e debolezze dell'impresa	138
6.9	La matrice SWOT e lo sviluppo strategico	139
7.	Il radicamento delle imprese nei Paesi esteri	
	<i>a cura di Francesca Silvia Rota</i>	145
7.1	Le origini del concetto di radicamento: dalle scienze sociali agli strumenti di policy	147
7.2	Gli IDE come strumento di radicamento delle imprese all'estero	148
7.3	Le agenzie di attrazione e promozione degli investimenti esteri.....	150
7.4	Vantaggi e svantaggi del radicamento	152
7.5	Radicamento e sviluppo locale.....	154
7.6	Radicamento o ancoraggio?.....	156
7.7	Territorializzazione, de-territorializzazione e ri-territorializzazione	161

8. I modelli organizzativi e le relazioni sede-filiali nelle imprese multinazionali

<i>a cura di Alfredo Valentino</i>	165
8.1 Le strutture organizzative delle imprese internazionali	167
8.2 Le tipologie di relazione fra sede e filiali	172
8.2.1 <i>Il modello multinazionale</i>	172
8.2.2 <i>Il modello internazionale</i>	174
8.2.3 <i>Il modello globale</i>	175
8.2.4 <i>Il modello transnazionale</i>	176
8.3 Il ruolo della casa madre all'interno dell'impresa multinazionale.....	178
8.4 Meccanismi di controllo, incentivi e coordinamento	183
8.4.1 <i>Controllo</i>	183
8.4.2 <i>Incentivi</i>	185
8.4.3 <i>Coordinamento</i>	185
8.5 Le unità organizzative intermedie: headquarters regionali e divisionali ..	186
8.6 Il ruolo delle filiali all'interno dell'impresa multinazionale.....	189
8.7 Il comportamento delle filiali all'interno del gruppo	192

9. Il management interculturale

<i>a cura di Lorella Pignet-Fall e Stefano Valdemarin</i>	195
9.1 La cultura: un concetto multiforme	196
9.2 Identificare le dimensioni della cultura nazionale: il modello di Hofstede, Hofstede e Minkov.....	200
9.2.1 <i>La distanza gerarchica</i>	201
9.2.2 <i>L'individualismo e il collettivismo</i>	202
9.2.3 <i>La femminilità e la mascolinità</i>	202
9.2.4 <i>Il rapporto con l'incertezza</i>	203
9.2.5 <i>L'orientamento temporale a breve o lungo termine</i>	204
9.2.6 <i>Indulgenza e restrizione</i>	205
9.3 Le dimensioni di Hall: la gestione della comunicazione, del tempo e dello spazio	206
9.3.1 <i>L'approccio alla comunicazione: alto e basso contesto</i>	206
9.3.2 <i>La gestione del tempo: culture monocroniche e policroniche</i>	208
9.3.3 <i>La gestione dello spazio</i>	209
9.4 L'approccio individuale alla diversità culturale.....	210
9.4.1 <i>L'approccio etnocentrico: distanza elevata</i>	211
9.4.2 <i>L'approccio al controllo: diversi livelli</i>	212

9.4.3	<i>L'approccio dialettico: limitare le differenze</i>	214
9.4.4	<i>L'approccio dialogico: riconoscere e rispettare le differenze culturali</i> ..	215
9.4.5	<i>Cliché e stereotipi culturali</i>	216
9.5	L'approccio delle organizzazioni alla diversità culturale	218
9.5.1	<i>L'approccio etnocentrico: una cultura importata</i>	218
9.5.2	<i>L'approccio policentrico: un Paese, una cultura</i>	219
9.5.3	<i>L'approccio regiocentrico: una cultura per macroregione</i>	220
9.5.4	<i>L'approccio geocentrico: pensare globale, agire locale</i>	221
9.5.5	<i>L'adattamento delle organizzazioni agli elementi culturali imposti dall'estero</i>	222
10.	La responsabilità sociale dell'impresa	
	<i>a cura di Cecilia Giuliana Casalegno e Chiara Civera</i>	225
10.1	Le origini del concetto di responsabilità sociale delle imprese	226
10.2	Ripensare il concetto di CSR in un contesto in rapido cambiamento	228
10.2.1	<i>Company Stakeholder Responsibility</i>	230
10.2.2	<i>Integrated Corporate Social Responsibility</i>	230
10.2.3	<i>Corporate Sustainability and Responsibility</i>	231
10.3	CSR e reputazione di impresa	232
10.4	L'importanza di una comunicazione integrata e trasparente	234
10.5	Comunicare con successo la CSR.....	235
11.	Nuovi modelli di produzione e di consumo per la sostenibilità dell'economia	
	<i>a cura di Maria Giuseppina Lucia</i>	241
11.1	I principi della <i>circular economy</i>	242
11.2	Il cambiamento nei modelli di business	245
11.3	Best practices di economia circolare	246
11.4	Circularità e condivisione: il ruolo dei consumatori	248
11.5	Le iniziative istituzionali per il cambiamento del paradigma economico	250
11.6	Lo spazio geografico della <i>circular economy</i>	251
	Bibliografia	255
	Gli Autori	271
	Indice delle Figure e delle Tabelle	273