

PAOLO RICOTTI

LA RISCOSSA COMPETITIVA

DELLE

PMI

DEL TERRITORIO

**Come sviluppare imprenditoria e benessere
in sintonia con l'ambiente, la comunità,
le forze locali e l'occupazione giovanile**

FrancoAngeli

Una guida innovativa per imprenditori, amministratori locali e decisori nazionali per favorire un vero e proprio rinascimento dell'economia italiana.

Efficienza, dimensione di scala, accentramento organizzativo, fusioni, sviluppo per linee esterne, outsourcing, delocalizzazioni sono tutte best practices che caratterizzano le grandi multinazionali e i grandi paesi emergenti (BRICS). Queste soluzioni possono essere fuorvianti (o addirittura pericolose) per le PMI italiane che desiderano sopravvivere nel mercato e trovare una propria identità competitiva.

Per il Paese Italia, infatti, l'unica possibilità di definire una propria dimensione competitiva sostenibile, ad elevato valore aggiunto, qualità di vita e benessere complessivo può realizzarsi solo tramite una chiaro indirizzo di sviluppo economico imperniato proprio sulle PMI di territorio. **Per queste imprese occorre riformulare una nuova cultura d'impresa e un indirizzo complessivo che superi quello oggi proposto, partendo proprio dal carattere distintivo e dalle capacità che qualificano i nostri imprenditori rilanciando le reali potenzialità.**

Partendo dalla comprensione di cosa sta accadendo nel mercato e del nuovo paradigma competitivo globale, **questo testo si propone come guida pratica che aiuta tutti coloro che desiderano inserirsi all'interno del prossimo ciclo economico, coerente ai vincoli della sostenibilità, e incrociare le reali esigenze della gente.**

Superando le nozioni collegate alla *green e blue economy*, affronta **cosa occorre fare operativamente per seguire il mercato e trarre il massimo beneficio dalle opportunità che il proprio territorio è in grado di accordare**, senza perdite di tempo, incertezze, inopportuni investimenti e rischi imprenditoriali.

Questa guida, **arricchita di casi concreti**, propone alle PMI di valorizzare la connessione con il territorio con **metodologie semplici e originali: un nuovo concetto di valore aggiunto, il posizionamento strategico sostenibile, le leve strategiche di territorio, il raccordo con i mercati emergenti.**

Questi strumenti appaiono utili tanto più ai **giovani Imprenditori** che, senza investimenti particolari, ma con tanta passione, generosità e coraggio intendono abbracciare l'economia come mezzo per creare benessere non solo per se stessi ma anche per i propri affetti e comunità locali.

Paolo Ricotti è stato amministratore delegato di Perugia-Nestlé, CEO del Gruppo Heineken Italia, CEO di Gruppo Coin e docente presso l'Università degli Studi di Milano Bicocca. Fondatore di Planet Life Economy Foundation-onlus, ne è stato presidente dal 2003 al 2012. È autore di *Sostenibilità e Green Economy. Quarto Settore. Competitività, Strategie e Valore Aggiunto per le imprese del terzo millennio*, 2°ed, FrancoAngeli, 2012.

 **FrancoAngeli**
Management
Le conoscenze per innovare

ISBN 978-88-204-5826-3

€ 30,00 (V)

9 " 788820 " 458263 "

Indice

Prefazione	pag.	7
Introduzione	»	13
1. Le PMI e la competizione con le grandi imprese e i BRICS	»	25
1. Definizione	»	25
2. Caratteristiche competitive delle grandi imprese	»	27
3. Caratteristiche competitive dei paesi emergenti (BRICS)	»	36
2. Caratteristiche delle ITER, imprese di territorio	»	42
1. Quale territorio?	»	44
2. Territorio e potenzialità	»	47
3. Territorio e sostenibilità	»	50
4. Condizioni e indicazioni di riferimento	»	53
3. Strategia e competizione: il posizionamento strategico sostenibile di territorio	»	58
1. Il posizionamento strategico sostenibile di un intero territorio (PSST)	»	61
2. Il patrimonio territoriale	»	71
3. Il posizionamento strategico sostenibile (PSS) delle ITER	»	76
3.1. Il PSS nella gestione d'impresa ITER	»	79
3.2. Il PSS nelle coerenze con i vincoli di sostenibilità	»	87
3.3. Il PSS nelle coerenze con il territorio	»	95
4. Altre implicazioni strategiche fondamentali per le ITER	»	106
1. Remunerazione immateriale	»	106
2. Il valore aggiunto	»	110
3. Due modelli a confronto	»	112

5. Le implicazioni operative per l'attuazione delle strategie competitive	pag. 121
1. Il piano operativo e le leve di territorio	» 122
2. Gli strumenti operativi	» 145
3. Standard territoriale di economia sostenibile (STES©)	» 153
4. Modalità di applicazione	» 158
6. L'imprenditoria giovanile	» 162
1. Le distorsioni del modello formativo	» 162
2. Le potenzialità del modello	» 166
3. Coraggio, generosità e passione	» 178
7. Alcuni casi eccellenti	» 181
1. Il Monferrato riscopre i propri valori di benessere con LICET®, di <i>Giorgio Borgiattino, Enza Laretto, Consolata Plantone, Barbara Giordano</i>	» 181
2. Montefalco e la sua "New Green Revolution", di <i>Marco Caprai, Mattia dell'Orto</i>	» 192
3. Il consorzio GOEL e la risposta alla 'ndrangheta, di <i>Vincenzo Linarello, Gianernesto Sessa</i>	» 202
4. Le bollicine della Franciacorta e la Carta della Terra, di <i>Simone Mazzata</i>	» 210
5. Scuola estiva in Maremma. Valorizzazione del territorio e delle sue imprese grazie alla sostenibilità come leva competitiva, di <i>Emanuele Plata, Francesca Galli</i>	» 219
6. Una banca vicino al territorio: la Banca dell'Elba, Banca di Credito Cooperativo, di <i>Luca Bartolini, Marika Donati</i>	» 226
Conclusioni	» 237
Appendice. Il modello di mercato di riferimento: il Renaissance Capitalism	» 239
1. Il Renaissance Capitalism©	» 243
2. Le implicazioni applicative del Renaissance Capitalism©	» 247
3. L'evoluzione dei bisogni	» 254
Bibliografia	» 263