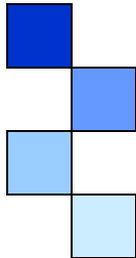
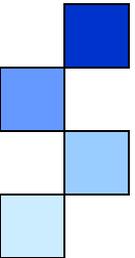
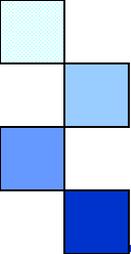




IL SISTEMA IMPRESA E L'AMBIENTE COMPETITIVO





L'impresa

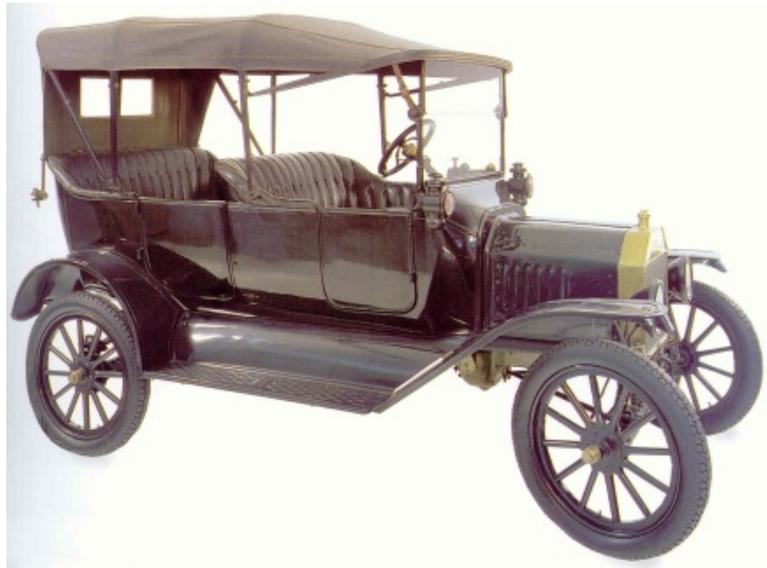
- ▶ “L'impresa è un sistema costituito da un insieme di risorse e di attori legati tra loro da relazioni orientate alla realizzazione di attività e collegato, attraverso altre relazioni, a vari soggetti esterni

Il sistema impresa non è una somma statica di risorse e attività ma una loro combinazione che si viene formando nel tempo e in uno specifico ambiente” (p.1)

- sistema cognitivo
- sistema complesso
- sistema autopoietico (aperto e chiuso)

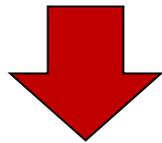
Dall'impresa fordista

"Any customer can have a car painted any color that he wants so long as it is black." (Henry Ford, 1914)



all'impresa virtuale

Crescente competizione, necessità di rispondere prima e meglio ai clienti...



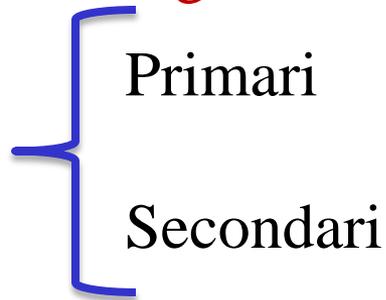
- ▶ Dall'impresa integrata (“contenitore”)
 - alla “**decostruzione**”
 - a **sistemi di relazioni**, sistema di imprese (es. distretti industriali)
 - a imprese **virtuali**



5 ottobre 2012

L'impresa come sistema relazionale: gli stakeholder

- » L'evoluzione dell'impresa è resa possibile dalle relazioni/interazioni tra **l'impresa e gli stakeholder**:

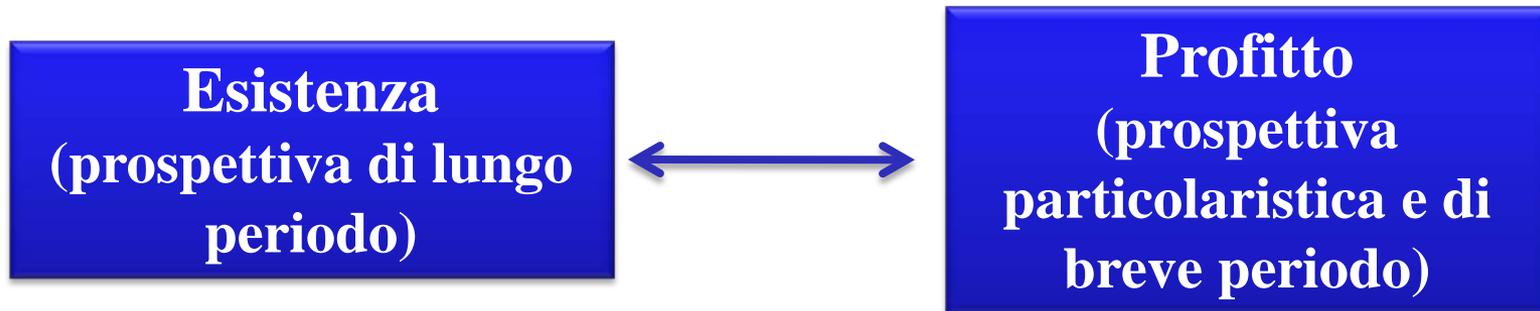


- » Gli stakeholder, più numerosi che in passato, diventano soggetti chiave del processo di gestione strategica dell'impresa che è tenuta a valutare le loro esigenze, aspettative, **obiettivi particolaristici**
- » Stakeholder vs. stockholder (shareholder)

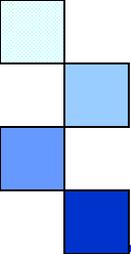


Gli obiettivi del sistema impresa

- » Gli obiettivi dell'impresa non coincidono con quelli dei singoli stakeholders
- » Finalità principale dell'impresa è la propria **esistenza**, creando condizioni utili a tale scopo

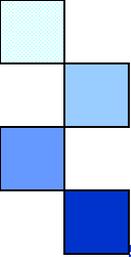


- » Conflitto tra esistenza e profitto enfatizzato **nella grande impresa** dove i meccanismi retributivi del management sono legati ai risultati (trimestrali)



L'impresa come sistema sostenibile

- » “L'impresa sostenibile è un'impresa che nell'attuare il proprio modello di crescita, riesce a soddisfare in maniera equilibrata gli obiettivi di tutti i suoi principali stakeholder, interni ed esterni” (p.5)
- » Tre condizioni per la sostenibilità:
 - » Equilibrio economico
 - » Equilibrio ambientale (impatto ecologico)
 - » Equilibrio sociale (attori sociali)
- » Sostenibilità come base dei comportamenti d'impresa => Responsabilità Sociale d'Impresa (CSR)
- » Volontarietà di tali comportamenti



Iniziative per promuovere la sostenibilità

» **Global Compact (ONU, 2000), dieci principi relativi a:**

Diritti Umani

Lavoro

Ambiente

Lotta alla Corruzione

» **Il Global Reporting Iniziative**

» **Indicatori delle performance:**

-economica, ambientale e sociale

Iniziative per promuovere la sostenibilità

Da Milano Finanza del 27/02/2012:

Ferrarelle: pratica ingannevole, multa Antitrust 30.000 euro

ROMA (MF-DJ)--L'Antitrust ha sanzionato, con una multa di 30 mila euro, la società Ferrarelle per violazione del Codice del Consumo. In particolare, si legge nel Bollettino dell'Authority, ad essere sanzionata e' una campagna pubblicitaria con la quale l'acqua minerale commercializzata veniva definita "a impatto zero".

In realta' la società ha partecipato a iniziative a favore dell'ambiente, con la creazione di nuove foreste, e ha utilizzato queste iniziative per pubblicizzare caratteristiche del prodotto che in realta' non ha. Solo una minima quantità di acqua minerale a marchio "Ferrarelle" infatti, spiega l'Authority, ha partecipato al progetto di compensazione delle emissioni di CO2 (stimabile in circa il 7% della produzione annua) e la partecipazione a tale progetto e', sotto il profilo temporale, molto limitata (due mesi).

il progetto lo studio LCA la compensazione CO2 [Torna al livello superiore](#) archivio

 **Ferrarelle rende ad Impatto Zero® per due mesi i formati famiglia (1,5L pet e 1,25L pet)**

Ferrarelle conferma il proprio impegno verso la sostenibilità compensando le emissioni di anidride carbonica generate dall'intero ciclo di vita delle confezioni con grafica a Impatto Zero®

Formati	Valore di CO2 equivalente emessa (kg/litro d'acqua)
Ferrarelle 1,50 Litri Pet	0,115
Ferrarelle 1,25 Litri Pet	0,125

Fonte: Studio LCA, condotto da IGEAM per Ferrarelle Spa, 3 Marzo 2011

Iniziative per promuovere la sostenibilità



Visita i nostri profili ufficiali



- Gruppo Bancario
- Governance
- Investitori
- Press & Media
- Lavoro e Carriera
- Sostenibilità**
- Cultura e Società

[it](#) » [Sostenibilità](#) » [Bilanci e indicatori](#) » [Indicatori GRI](#)

[stampa](#) [invia](#) [condividi](#)

SOSTENIBILITÀ

Indicatori GRI

[La nostra visione di banca sostenibile](#)

[Le nostre persone](#)

[I nostri clienti](#)

[La relazione con il territorio](#)

[Ambiente e fornitori](#)

[Investitori e mercati](#)

[Bilanci e indicatori](#)

[Grafici interattivi di sostenibilità](#)

[Risultati chiave](#)

[Indicatori GRI](#)

[Valore aggiunto](#)

Il Bilancio di Sostenibilità 2011 è redatto in conformità al Sustainability Reporting Guidelines & Financial Services Sector Supplement pubblicato nel 2008 dalla [Global Reporting Initiative](#) TM (GRI). L'obiettivo è fornire un esplicito collegamento fra i temi di responsabilità sociale presenti all'interno dell'annual Report e le linee guida GRI, dimostrando la capacità del documento di rispondere alle richieste informative e di contenuto proposte da questo standard e garantirne l'aderenza.

KPMG ha verificato il Bilancio di Sostenibilità 2011 e la sua conformità con il livello di applicazione A+ in accordo a quanto previsto dal Global Reporting Initiative.

La tabella mostra i contenuti del Bilancio in riferimento agli indicatori GRI. Alcuni indicatori sono stati simboleggiati in modo parziale, tuttavia all'interno del Bilancio sono comunque rendicontate le informazioni ed i temi più significativi in tema di Corporate Sustainability. Si riportano tutti gli indicatori core, mentre gli indicatori additional sono riportati solo quando è presente la rendicontazione nel Bilancio di Sostenibilità.

Legenda:

Indicatore coperto totalmente

N/A Indicatore non applicabile

C Indicatore core

CONTENUTI CORRELATI

[Bilanci e indicatori](#)

[Valore aggiunto](#)

CONTATTI

Corporate Sustainability unit

Tel.
+39 02 87275613 / +39 02
87275595

e-mail:
corporatesustainability@unicredit.eu

[per ulteriori informazioni](#)

CALENDARIO

06 ottobre 2012

Iniziative per promuovere la sostenibilità



LIPTON TEA CAN DO THAT

[PAGINA INIZIALE](#) | [STAMPA](#) | [INVIA A UN AMICO](#) | [AGGIUNGI AI PREFERITI](#)

LA PROMOZIONE DELLE PERSONE

IL CAPITALE UMANO E SOCIALE

Intrattenere buoni rapporti con collaboratori, comunità locali, fornitori, clienti e autorità governative è di fondamentale importanza per la sostenibilità nel lungo periodo di qualsiasi attività imprenditoriale. La presenza di persone sane e con un adeguato livello di istruzione rappresenta un bene per i coltivatori ed è essenziale per lo sviluppo sostenibile della nazione.

Prassi corrette

I termini e le condizioni dei rapporti dovrebbero essere tali da assicurare un turnover di dipendenti a tempo indeterminato e stagionali abbastanza contenuto, cosicché si



LA RAINFOREST ALLIANCE

Verso la sostenibilità



[Ulteriori informazioni >](#)

DOMANDE FREQUENTI

Risposte alle domande più frequenti sulla partnership con Rainforest Alliance



[Ulteriori informazioni >](#)

I LIPTON TEA GARDENS

Lipton possiede e gestisce direttamente alcune piantagioni di tè in Africa orientale, i Lipton Tea Gardens, che si trovano in

SUB
MENU

MENU