

Il valore delle parole

Impresa dal vocabolario Devoto-Oli

- 1) assunto fondato su un programma notevole e impegnativo
- 2) attività economica organizzata ai fini della produzione e dello scambio di beni e servizi

I tratti tipici dell'impresa

- Dalla lettura della prima emergono tratti nascosti:
- Idea, progetto, avventura, incertezza, rischio, tenacia
- (Cristoforo Colombo e la scoperta dell'America)

Le parole dell'impresa: l'avvio

- Bisogni
- Conoscenza
- Sogno
- Idea
- Creatività
- Imprenditore
- Valori
- Visione
- Missione
- Fiducia
- Lavoro

Le parole dell'impresa, segue

- Business plan
- Finanziamento
- Fornitori
- Organizzazione
- Motivazione
- Leadership

Le parole dell'impresa: il processo decisionale

- Decisioni
- Razionalità
- Non razionalità
- Irrazionalità
- Trappole cognitive
- Complicazione
- Complessità
- Valutazioni convenienza

Le parole dell'impresa. La produzione

- Capacità produttiva
- Produzione
- Fabbrica
- Stabilimento
- Integrazione
- Decentramento
- Reti
- Localizzazione
- Delocalizzazione

Le parole dell'impresa: segue

- Macchine
- Impianti
- Strumenti
- Logistica produttiva
- Materiali

Le parole dell'impresa: i rapporti di mercato

- Impresa
- Prodotti
- Beni
- Servizi
- Mercato
- Scambio
- Cliente
- Marketing
- Concorrenza

Le parole dell'impresa: segue

- Concorrenza ristretta
- Concorrenza allargata
- Concorrenti
- Settore
- Industria
- Area d'affari
- Gruppo strategico di imprese
- Strategie competitive

Le parole dell'impresa: il contesto

- Innovazione
- Ambiente
- Sostenibilità
- Rischio
- Crisi
- Cambiamento
- Imprevedibilità
- Strategie di sviluppo

Le parole dell'impresa: i risultati

- Efficienza
- Produttività
- Economicità
- Efficacia
- Costi
- Prezzi
- Vendite
- Valore aggiunto
- Profitto
- Redditività

Le parole dell'impresa

- Le parole dell'avvio
- Le parole del processo decisionale
- Le parole della produzione
- Le parole dei rapporti di mercato
- Le parole del contesto
- Le parole dei risultati
- Feedback

Il valore delle parole

- Semiotica
- Parole: segni, codici, linguaggi:
- per memorizzare
- per pensare
- per comunicare
- per dare un senso al nostro pensiero
- per tramandare
- per creare un linguaggio specialistico

Il valore delle parole

- Approccio specialistico
- “ Ciò rientra nella grande tradizione accademica di conoscere sempre di più sul sempre di meno fino a sapere tutto di nulla” (dal film *Still Alice*, Richard Glatzer)
- Approccio generalista
- “ Mi piace passare in campo altrui ma come esploratore non come disertore” Seneca

Il valore delle parole

- L'approccio generalista apre allo sviluppo di una ampia capacità critica
- Zetetica
- E di relazione

Chi interagisce con l'impresa?

- Esperto aziendale, consulente
- Ingegnere
- Architetto
- Ambientalista
- Esperto energetico
- Informatico
- Tecnologo
- Giurista
- Statistico
- Economista
- Giornalista
- Sindacalista
- Cittadino
- Politico
- Antropologo
- Sociologo
- Storico
- Urbanista
- Geografo

Il valore delle parole

- La parola e la sua origine, **etimologia delle parole**
- Impresa deriva da imprendere, intraprendere, cominciare, fare cose nuove
- Caratteri fondanti l'impresa:
 - - innovazione
 - - cambiamento
 - - avventura
 - - rischio

Il valore delle parole

- Le sfumature del significato, dizionario dei **sinonimi e contrari**:
- Fabbrica: cantiere, opificio, officina, manifattura, unità locale, stabilimento
- Gli errori più diffusi:
 - - impresa – industria
 - - impresa – stabilimento
 - - cliente – consumatore

Il valore delle parole

- Il linguaggio globale: l'inglese
- Le parole inglesi del management
- **Management**
- **Manager**
- Entrepreneur
- Entrepreneurship
- Firm, business, enterprise, concern
- **Benchmarking**
- Quantitative easing

Il titolo del manuale non manuale

- Impresa e
- Management tra
- Competitività e
- Progresso

È importante.....

- Curiosità per:
 - 1) vocabolario della lingua italiana
 - 2) vocabolario etimologico della lingua
 - 3) vocabolario dei sinonimi e contrari
 - 4) vocabolario della lingua inglese
- Selezione di temi specialistici di interesse
- Letteratura, romanzi, cinema, teatro, poesia, musica, aforismi, fotografia, pittura, cultura in genere
- Tecnologie della comunicazione

Il valore delle domande

- **Idea:**
- Cosa sono le idee?
- Dove si trovano le idee?
- **Impresa:**
- Cos'è un'impresa?
- Come nasce un'impresa?
- **Imprenditore:**
- Chi è imprenditore?
- Perché si decide di diventare imprenditore?

Dalle parole alle domande

- C'è nessuno? Di Jostin Gaarder
- Domande e risposte
- Le domande sono più importanti delle risposte perchè.....
- Le domande sono più difficili delle risposte perché.....
- Le domande nascono da.....

La lista e il suo valore

- La lista, elenco di parole, di cose da fare, di fatti curiosi.....di tutto
- <http://www.buzzfeed.com/>
- La lista è importante perché è la prima e più elementare forma di organizzazione dell'informazione (Umberto Eco, *Vertigine della lista*)
- Una lista è una collezione di elementi correlati tra loro, la cui relazione è definita dallo scopo della lista

La lista e il suo valore Centromarca

- A
- ACQUA LETE
AMARO LUCANO
AMBROSOLI
AREXONS
ARIOSTO
AURICCHIO
- [top](#)B
- BAHLSEN
BARILLA
BAULI
BAYER
BERETTA
BERLUCCHI
BIC
BONDUELLE
BOSCH
BRANCA
BTICINO
- [top](#)C
- CAFFE' MAURO
CAFFE' MOTTA
CAMEO
CAMPARI
CANTINE MASCHIO
CARAPELLI
CARLSBERG ITALIA
CAVIT
COCA-COLA
COLUSSI
CUKI
-

La lista e il suo valore

EXHIBIT 2 | The 50 Most Innovative Companies of 2014

1 to 10		11 to 20		21 to 30		31 to 40		41 to 50	
1	Apple	11	Hewlett-Packard	21	Volkswagen	31	Procter & Gamble	41	Fast Retailing
2	Google	12	General Electric	22	3M	32	Fiat	42	Wal-Mart
3	Samsung ¹	13	Intel	23	Lenovo Group	33	Airbus	43	Tata Group
4	Microsoft ²	14	Cisco Systems	24	Nike	34	Boeing	44	Nestlé
5	IBM	15	Siemens	25	Daimler ³	35	Xiaomi Technology	45	Bayer
6	Amazon	16	Coca-Cola	26	General Motors	36	Yahoo	46	Starbucks
7	Tesla Motors	17	LG Electronics	27	Shell	37	Hitachi	47	Tencent Holdings
8	Toyota Motor	18	BMW	28	Audi	38	McDonald's	48	BASF
9	Facebook	19	Ford Motor	29	Philips	39	Oracle	49	Unilever
10	Sony	20	Dell	30	SoftBank	40	Salesforce.com	50	Huawei Technologies

Source: 2014 BCG Global Innovators survey.

¹Includes all Samsung business groups (including electronics and heavy industry).

²Includes Nokia.

³Includes Mercedes-Benz.

La lista e il suo valore

Le vendite dei grandi marchi

Dati 2013. In milioni di euro

	Vendite	Quota	Var.% (valore)	Var.% (volume)		Vendite	Quota	Var.% (valore)	Var.% (volume)
TOTALE	53.676	100,0	↓ -0,6	↓ -1,4					
1 Barilla	1.797	3,3	↓ -1,5	↓ -0,6	13 Csi	604	1,1	↓ -4,2	↓ -3,3
2 Nestlè	1.630	3,0	↓ -3,9	↓ -2,6	14 Danone	592	1,1	↓ -15,3	↓ -12,7
3 Lactalis	1.414	2,6	↓ -4,6	↓ -4,4	15 L'Oreal Italia	577	1,1	↓ -2,3	↓ -1,1
4 Ferrero	1.372	2,6	↓ -1,6	↓ -4,8	16 Luigi Lavazza	515	1,0	↓ -3,6	↓ -0,2
5 Unilever	1.163	2,2	↓ -3,4	↓ -1,1	17 Reckitt Benckiser	479	0,9	↓ -10,2	↓ -8,2
6 Bolton	935	1,7	↓ -1,5	↓ -3,8	18 Veronesi	414	0,8	↑ 6,1	↑ 5,6
7 Procter & Gamble	922	1,7	↓ -3,8	↑ 2,4	19 Heineken	394	0,7	↓ -2,4	↓ -3,0
8 Mondelez Int.	890	1,7	↑ 1,7	↑ 3,5	20 San Benedetto	329	0,6	↓ -1,5	↑ 1,3
9 Granarolo	769	1,4	↓ -3,9	↓ -5,5	21 Cameo	324	0,6	↑ 1,6	↓ -1,2
10 Coca Cola	726	1,4	↓ -3,5	↓ -4,9	22 Bauli	323	0,6	↓ -1,8	↓ -2,6
11 Fater	675	1,3	↓ -2,2	↓ -1,3	23 Conserve Italia	321	0,6	↓ -8,6	↓ -9,8
12 Henkel	615	1,1	↓ -0,1	↑ 6,3	24 Bdf Beiersdorf	309	0,6	↓ -3,4	↓ -0,7
					25 Perfetti	298	0,6	↓ -6,3	↓ -5,9
					- Marche private	9.733	18,1	↑ 2,6	↑ 0,5
					- Altri	25.558	47,6	↑ 0,1	↓ -0,7

La lista e il suo valore

- Avvio di una ricerca
- Uso del tempo
- Controllo dell'ansia
- Aiuto alla razionalità delle scelte

Abbiamo visto

- Le parole dell'impresa
- Il valore delle parole
- Significato, etimologia, sinonimi, lingua inglese
- Il valore delle domande
- La lista, significato e valore