

Prefazione alla terza edizione	XIII
Autori	XVI
Ringraziamenti dell'Editore	XVIII

Parte 1 Il processo di internazionalizzazione delle imprese

Capitolo 1 L'internazionalizzazione delle imprese: scenari e tendenze	1
<i>Matteo Caroli</i>	
1.1 La globalizzazione nella prospettiva dell'impresa	1
1.1.1 I mercati	1
1.1.2 La concorrenza: l'emergere di nuovi sfidanti globali	3
1.1.3 L'organizzazione della produzione	7
1.1.4 Lo sviluppo delle risorse	8
1.1.5 I valori e le persone	11
1.2 La dinamica del commercio estero	13
1.3 Gli investimenti diretti esteri	15
1.3.1 La definizione e le dimensioni del fenomeno degli investimenti diretti esteri	15
1.3.2 Le modalità di realizzazione di un investimento diretto estero	17
1.3.3 L'evoluzione quantitativa degli investimenti diretti esteri	18
1.4 La politica per l'attrazione degli investimenti diretti esteri	29
<i>Domande di ripasso</i>	45
Capitolo 2 Il processo di espansione estera dell'impresa	47
<i>Matteo Caroli</i>	
2.1 Le cause dell'internazionalizzazione dell'impresa	47
2.1.1 I principali contributi teorici	47
2.1.2 Le cause di natura interna all'impresa	50
2.1.3 Le cause di natura esterna all'impresa	50

2.2	L'internazionalizzazione come processo evolutivo	53
2.2.1	Le fasi tipiche del processo di internazionalizzazione	53
2.2.2	I nodi strategico-organizzativi	56
2.2.3	L'evoluzione internazionale e lo sviluppo di impegno, conoscenza e relazioni	57
2.2.4	Gli indicatori dell'intensità del processo di espansione estera dell'impresa	58
2.3	Il processo di internazionalizzazione e il vantaggio competitivo	59
2.3.1	L'espansione estera come modalità di sviluppo del vantaggio competitivo	59
2.3.2	Globalizzazione, localizzazione e vantaggio competitivo	61
	<i>Domande di ripasso</i>	63
Capitolo 3 L'internazionalizzazione delle piccole imprese		65
	<i>Matteo Caroli</i>	
3.1	La presenza internazionale delle imprese di dimensione minore	65
3.2	Il processo di internazionalizzazione delle piccole imprese	68
3.2.1	Le spinte	68
3.2.2	Gli ostacoli	71
3.2.3	Le caratteristiche del processo di internazionalizzazione	73
3.2.4	Il processo di internazionalizzazione tra fasi di impulso e di stabilizzazione	74
3.2.5	L'effetto dell'espansione estera sul processo evolutivo dell'impresa	76
3.3	Le modalità di internazionalizzazione delle piccole imprese	76
3.3.1	L'internazionalizzazione "congiunturale"	77
3.3.2	L'internazionalizzazione trainata	78
3.3.3	L'internazionalizzazione progettata	80
3.4	Il modello di impresa born global	84
3.4.1	Le caratteristiche salienti delle imprese born global	84
3.4.2	Le condizioni di successo di una born global	87
3.5	Fattori critici per il successo della piccola impresa all'estero	89
3.5.1	Le caratteristiche prevalenti delle piccole imprese di successo all'estero	89
3.5.2	L'appartenenza a una rete	91
3.5.3	La variabile finanziaria	92
	<i>Domande di ripasso</i>	96
Capitolo 4 Le strategie internazionali delle medie imprese del made in Italy		97
	<i>Riccardo Resciniti, Michela Matarazzo</i>	
4.1	Le medie imprese del made in Italy	97
4.2	Le strategie competitive delle medie imprese	98

4.3	Le scelte dei mercati e delle modalità di entrata	101
4.3.1	Quali mercati: le nicchie globali e i Paesi emergenti	103
4.3.2	La varietà delle modalità di entrata	104
4.3.3	La Matrice Modalità/Mercati	107
4.4	I quattro orientamenti all'internazionalizzazione	110
4.4.1	L'orientamento ai volumi di vendita	110
4.4.2	L'orientamento all'efficienza	112
4.4.3	L'orientamento alla differenziazione	113
4.4.4	L'orientamento all'innovazione	113
4.5	Le acquisizioni dall'estero delle medie imprese italiane	115
	<i>Domande di ripasso</i>	119

Parte 2 Le strategie e l'organizzazione per l'espansione estera

Capitolo 5 Le modalità di entrata nei mercati esteri 121

Matteo Caroli

5.1	L'articolazione delle strategie di entrata nei mercati esteri	121
5.2	Le strategie di entrata e il processo di internazionalizzazione	124
	<i>Domande di ripasso</i>	130

Capitolo 6 L'internazionalizzazione commerciale 131

Matteo Caroli

6.1	Le esportazioni indirette	131
6.1.1	Le caratteristiche e i vantaggi delle esportazioni indirette	131
6.1.2	Gli intermediari internazionali	132
6.1.3	I consorzi per l'esportazione	134
6.2	Le esportazioni dirette	140
6.2.1	Le caratteristiche e i vantaggi delle esportazioni dirette	140
6.2.2	Le modalità di realizzazione delle esportazioni dirette	141
6.2.3	Il traffico di perfezionamento passivo	145
	<i>Domande di ripasso</i>	146

Capitolo 7 Le alleanze strategiche 147

Matteo Caroli

7.1	La crescente rilevanza delle alleanze strategiche nell'internazionalizzazione delle imprese	147
7.1.1	L'articolazione e la natura delle alleanze strategiche	148
7.1.2	I vantaggi delle alleanze strategiche come modalità di internazionalizzazione	149
7.1.3	I vantaggi delle alleanze strategiche per i Paesi ospitanti	150
7.2	Gli accordi strategici	151
7.2.1	Il licensing	151

7.2.2	Il franchising	153
7.2.3	Il piggyback	155
7.2.4	Gli altri accordi contrattuali tra imprese di Paesi diversi	156
7.3	Le joint venture internazionali	160
7.3.1	Le caratteristiche e i vantaggi delle joint venture come modalità di entrata nei mercati esteri	160
7.3.2	Le questioni critiche nella gestione di una joint venture internazionale	161
	<i>Domande di ripasso</i>	163
Capitolo 8 Gli investimenti diretti esteri		165
	<i>Matteo Caroli</i>	
8.1	Le finalità e le modalità di realizzazione degli investimenti diretti esteri	165
8.2	I criteri di scelta della modalità di realizzazione di un IDE	167
8.3	La strategia di localizzazione degli investimenti diretti esteri	168
8.3.1	Il reshoring di operazioni precedentemente collocate all'estero	176
	<i>Domande di ripasso</i>	178
Capitolo 9 La gestione internazionale della catena del valore		179
	<i>Matteo Caroli</i>	
9.1	L'evoluzione dei modelli organizzativi	179
9.2	L'articolazione internazionale della catena del valore	182
9.2.1	L'evoluzione verso la catena globale del valore	182
9.2.2	La configurazione "a doppia rete"	183
9.2.3	I vantaggi potenziali della configurazione internazionale della catena del valore	189
9.3	Le questioni critiche nella gestione internazionale della catena del valore	190
9.3.1	Dove localizzare le attività della catena del valore	190
9.3.2	L'integrazione delle attività della catena del valore globale	192
9.3.3	Gli attori coinvolti nella realizzazione delle attività della catena del valore globale	193
9.3.4	La determinazione dei prezzi di trasferimento nella catena del valore globale	194
	<i>Domande di ripasso</i>	195
Capitolo 10 Le funzioni e le attività dell'headquarter e delle sussidiarie		197
	<i>Matteo Caroli, Alfredo Valentino</i>	
10.1	Introduzione	197
10.2	Il ruolo dell'headquarter	199
10.2.1	Il controllo e il coordinamento	201
10.2.2	La definizione di strategie di corporate	204

10.2.3	I diversi livelli di headquarter	205
10.2.4	Il fenomeno della rilocalizzazione degli headquarter	206
10.3	Il ruolo delle sussidiarie e la loro evoluzione nel gruppo internazionale	208
10.4	I centri di eccellenza	213
10.5	Le relazioni headquarter-subsiary	215
10.5.1	I governance cost nelle relazioni headquarter-subsiary	217
10.5.2	Il dilemma tra innovazione e integrazione nelle relazioni headquarter-subsiary	218
	<i>Domande di ripasso</i>	220

Parte 3 Le questioni chiave nella gestione internazionale dell'impresa

Capitolo 11	La gestione sostenibile nell'impresa internazionale	221
	<i>Matteo Caroli</i>	
11.1	Il quadro istituzionale rilevante per la strategia di sostenibilità dell'impresa	221
11.2	Le manifestazioni della "sostenibilità" specifiche delle imprese internazionali	225
11.2.1	L'impatto globale sulle problematiche sociali e ambientali	226
11.2.2	La "buona cittadinanza" nei singoli contesti geografici dove l'impresa opera	234
11.2.3	La trasparenza e la compliance con i migliori standard internazionali	238
11.3	Gli ambiti operativi di attuazione della sostenibilità specifici dei gruppi internazionali	241
11.3.1	La gestione del sistema di fornitura internazionale	241
11.3.2	Le relazioni con i governi locali	244
11.3.3	L'assetto organizzativo e le relazioni interne	245
11.3.4	La politica internazionale di prodotto	247
11.4	Due questioni critiche nella gestione delle politiche per la sostenibilità	248
11.4.1	Adattamento locale vs unitarietà della strategia di sostenibilità	249
11.4.2	Il governo della politica di sostenibilità nelle imprese internazionali	251
	<i>Domande di ripasso</i>	255
Capitolo 12	La gestione internazionale del capitale umano	257
	<i>Luca Giustiniano</i>	
12.1	La gestione strategica del capitale umano su scala globale	257
12.2	Le strategie di internazionalizzazione e le dinamiche di apprendimento	258
12.3	Il capitale umano e le strategie di internazionalizzazione	260

12.3.1	La gestione e lo sviluppo del capitale umano a livello internazionale	260
12.3.2	I sistemi di gestione internazionale delle risorse umane	262
12.3.3	La mobilità internazionale	263
12.3.4	La gestione degli expatriate	265
12.4	I sistemi retributivi internazionali tra global standards e local responsiveness	268
12.4.1	L'approccio balance sheet	269
12.4.2	L'approccio going rate	270
12.4.3	La scelta del sistema retributivo	271
12.5	Dagli expatriate ai talenti locali	271
	<i>Domande di ripasso</i>	272
 Capitolo 13 Analisi dei mercati e <i>value proposition</i>: le politiche di prodotto e prezzo		273
	<i>Matteo De Angelis</i>	
13.1	Introduzione al marketing internazionale	273
13.2	Il processo di analisi e scelta dei Paesi e dei mercati	274
13.2.1	Fase 1: la definizione dei Paesi accettabili	275
13.2.2	Fase 2: la definizione dei Paesi attrattivi per il settore	278
13.2.3	Fase 3: la definizione dei Paesi attrattivi per l'impresa	279
13.3	La gestione del prodotto e del brand sui mercati internazionali	281
13.3.1	Gli attributi del prodotto	283
13.3.2	Il ruolo del country of origin nelle politiche di prodotto e di marca	286
13.3.3	La gestione della marca sui mercati internazionali	288
13.4	La gestione del prezzo nei mercati internazionali	290
13.4.1	I fattori "classici" che influenzano la decisioni di pricing internazionale	291
13.4.2	I fattori "esclusivi" che influenzano la decisioni di pricing internazionale	293
13.4.3	I metodi e le strategie per la determinazione del prezzo internazionale	295
	<i>Domande di ripasso</i>	300
 Capitolo 14 Il processo di <i>value delivery</i>: le politiche di comunicazione e distribuzione		301
	<i>Matteo De Angelis</i>	
14.1	La gestione della distribuzione internazionale	301
14.1.1	I fattori che influenzano le strategie distributive	301
14.1.2	Le reti distributive nell'era della multicanalità	303
14.1.3	L'individuazione e la scelta degli intermediari	307
14.2	La gestione della comunicazione internazionale	309
14.2.1	La comunicazione integrata di marketing	310

14.2.2	Le barriere alla comunicazione internazionale verbale e non verbale	313
14.2.3	La standardizzazione e l'adattamento nella comunicazione internazionale	315
	<i>Domande di ripasso</i>	319
Capitolo 15 La funzione finanziaria e la gestione della tesoreria nell'impresa internazionale		321
	<i>Raffaele Oriani, Enzo Peruffo</i>	
15.1	Il ruolo della funzione finanziaria nelle imprese internazionali	321
15.2	La gestione della tesoreria	324
15.2.1	Approcci nella gestione della tesoreria	324
15.3	La gestione della cassa	326
15.4	Le relazioni con gli istituti di credito	328
15.5	Le opportunità di finanziamento sui mercati internazionali	328
15.5.1	I mercati internazionali del debito	329
15.5.2	I mercati internazionali del capitale di rischio	331
	<i>Domande di ripasso</i>	333
Capitolo 16 La valutazione finanziaria dei progetti di investimento internazionali		335
	<i>Raffaele Oriani, Enzo Peruffo</i>	
16.1	I rischi e le caratteristiche specifiche nella valutazione di progetti di investimento internazionali	335
16.1.1	Il metodo di valutazione	336
16.1.2	Le specificità nella valutazione di progetti internazionali	336
16.1.3	Il valore incrementale del progetto	338
16.1.4	I rischi dei progetti di investimento internazionali	338
16.2	Il discounted cash flow per i progetti di investimento internazionali	339
16.2.1	La previsione dei flussi di cassa di un progetto di investimento internazionale	342
16.3	La determinazione del costo del capitale di attività internazionali	344
16.3.1	Il beta	345
16.3.2	Il premio per il rischio del mercato	347
16.3.3	Il costo del capitale	349
16.4	L'impatto del rischio di cambio nella valutazione di progetti internazionali	349
	<i>Domande di ripasso</i>	353
Bibliografia		