

I. FARE RETE: UN NUOVO MODO DI COMPETERE PER LE IMPRESE

1.1	Sull'onda della transizione	13
1.2	Strategie di surfing	14
1.3	Le cose da fare: poche ma difficili	15
1.4	Anche l'Italia ha delle <i>chances</i> , ma solo se valorizza, nel mondo, la sua differenza distintiva	18
1.5	Innovazioni di sistema cercasi (disperatamente)	20
1.6	Economia della condivisione: reti di imprese, associazioni, comunità di senso	20
1.7	Nel cantiere delle reti	22
1.8	Mercato, gerarchia, rete: tre forme organizzative opposte, ma anche complementari	25
1.9	La produzione (informale) a rete di cui abbiamo esperienza	27
1.10	... e non da oggi	28
1.11	La funzione della rete nella transizione attuale: che cosa c'è di nuovo	29
1.12	Reti formali: nuove possibilità (il contratto di rete)	30
1.13	L'impresa rete e la rete di imprese: due modelli organizzativi per il governo della complessità	31
1.14	Imprenditori e manager di fronte alla sfida della condivisione dei rischi e del valore	33
1.15	Nuovi uomini al comando: la rete come strumento di condivisione del potere, del rischio e dell'intelligenza	34

2. COSA CAMBIA PER LE IMPRESE ITALIANE CON IL CONTRATTO DI RETE

2.1	Premessa	41
2.2	Che cos'è il contratto di rete	41
2.3	Quali sono i vantaggi per le imprese che ne fanno parte	42
2.4	Tipologie dei contratti di rete	42
2.5	Il contratto di rete: i contenuti obbligatori ai fini degli adempimenti pubblicitari	43
2.6	Gli aspetti fiscali del contratto di rete	44
2.7	I rapporti tra gli imprenditori che partecipano al contratto di rete: profili di responsabilità	46
2.8	Conclusioni	48

3. CONTRATTO DI RETE: CONDIVISIONE DI UN DISEGNO STRATEGICO

3.1	L'ambiente esterno in cui ci si trova ad operare spinge verso la costituzione di reti	51
3.2	L'importanza di fare squadra e non semplicemente di creare un gruppo	52
3.3	Le pre-condizioni per condividere un disegno strategico	53

3.4	L'elaborazione e la condivisione del disegno strategico	54
3.5	La definizione del <i>Business Model</i> chiamato a realizzare il disegno strategico	56

4. ALCUNI POSSIBILI STRUMENTI DI MANAGEMENT

4.1	Condividere la strategia della Rete per poi dare seguito alla sua attuazione.....	65
4.2	Alcuni fra i possibili strumenti di management a supporto dell'attuazione della strategia.....	66
4.3	La Balanced Scorecard per tradurre la strategia in azione	67
4.4	Gli elementi caratterizzanti e qualificanti della Balanced Scorecard	74

5. FIVE FOR FOUNDRY: LA RETE DIVENTA MOTORE DELLA CRESCITA

5.1	Premessa.....	79
5.2	La strategia della rete: la co-opetition e il profilo dei partecipanti.....	79
5.3	L'espansione internazionale e le prospettive future	80
5.4	I risultati economico-finanziari dei primi anni	82
5.5	Intervista a Vittorio Ori – Presidente Five for Foundry	82
5.6	Reti d'impresa e vantaggio competitivo: dalla creazione di valore alla riduzione di costi	85
5.7	Una nuova figura professionale: il gestore della rete di imprese	88

APPENDICE	93
------------------------	-----------