

Economia e gestione delle imprese

I PROTAGONISTI NELLA VITA DELL'IMPRESA

MICHELA FLORIS



Cosa impareremo oggi

Gli organi di governo dell'impresa: Imprenditori e manager

La vostra attitudine imprenditoriale

Organi deliberanti, esecutivi e di controllo

Teoria dell'agenzia

Teoria degli stakeholder

L'imprenditore

L'imprenditore è il soggetto economico che decide di rischiare i propri capitali e di dedicare le sue capacità professionali alla produzione di beni e servizi da cedere a terzi



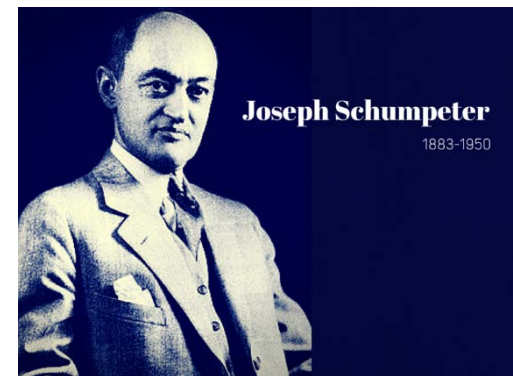
Qualità dell'imprenditore

Capacità di previsione, razionalità consapevole, intuito

Spirito d'iniziativa, forte volontà, libertà intellettuale

Autorevolezza e capacità di leadership nei confronti dei collaboratori

(Joseph Schumpeter, Teoria dello sviluppo economico, 1971)



Imprenditore e manager

Quale è la differenza tra imprenditore e manager



Differenza tra imprenditore e manager

IMPRENDITORE

Soggetto economico che decide di rischiare i propri capitali e di dedicare le sue capacità professionali alla produzione di beni e servizi da cedere a terzi

MANAGER

Soggetto che organizza e disciplina l'uso delle risorse aziendali dando attuazione alle decisioni imprenditoriali

- **Imprenditorialità ed efficacia**

L'efficacia è il valore proprio dell'imprenditorialità, intesa quale intuizione decisionale di chi governa a livello più elevato il sistema aziendale

- **Managerialità ed efficienza**

L'efficienza è il valore proprio della managerialità, intesa quale attitudine a realizzare il massimo rendimento nell'attuazione delle scelte aziendali

Imprenditorialità e managerialità

- L'**imprenditorialità** è l'attitudine ad assumere decisioni rischiose finalizzate all'innovazione dei comportamenti aziendali
 - Accresce il valore dell'impresa
- La **managerialità** è la capacità di sviluppare le decisioni imprenditoriali e di attuarle in modo razionale
 - Evita le inefficienze (perdite)

Imprenditori italiani più ricchi (Forbes 2019)

1	Giovanni Ferrero - Impresa Ferrero	20,42 miliardi di euro
2	Leonardo Del Vecchio – Luxottica	18,02 miliardi di euro
3	Stefano Pessina - Alleanza Farmaceutica	11,30 miliardi di euro
4	Giorgio Armani	7,70 miliardi di euro
5	Massimiliana Landini Aleotti - Menarini Farmaceutica	6,70 miliardi di euro
6	Augusto e Giorgio Perfetti - Perfetti caramelle	5,90 miliardi di euro
7	Silvio Berlusconi	5,70 miliardi di euro
8	Paolo & Gianfelice Mario Rocca - Techint – siderurgia	3,70 miliardi di euro
9	Giuseppe De' Longhi - De Longhi elettrodomestici	3,8 miliardi di euro
10	Luca Garavoglia - Campari	2,9 miliardi di euro

Imprenditori più ricchi del mondo

JEFF BEZOS



amazon

BILL GATES



Microsoft

Giovani miliardari...



Mark Zuckerberg (31 anni)

35 miliardi di dollari



Dustin Moskovitz (31 anni)

9,3 miliardi di dollari.

E voi ... Avete attitudini
imprenditoriali?



Attività decisoria e organi dell'impresa

L'attività decisoria è posta in essere nell'impresa con il concorso di tutti i componenti dell'organismo personale

Organi
deliberanti

Organi di
controllo

Organi
esecutivi

Organi deliberanti

Azionisti

Amministratori

Dirigenti

- Partecipano congiuntamente all'attuazione del processo decisionario ma con competenze ed entro limiti diversi
- Si collocano ai primi livelli della gerarchia organizzativa

Requisiti degli organi decisionali

Autorità

Abilità professionale

Disponibilità delle informazioni

Capacità di controllo

Organi esecutivi e di controllo



Esercitano
prevalentemente compiti
esecutivi e di controllo



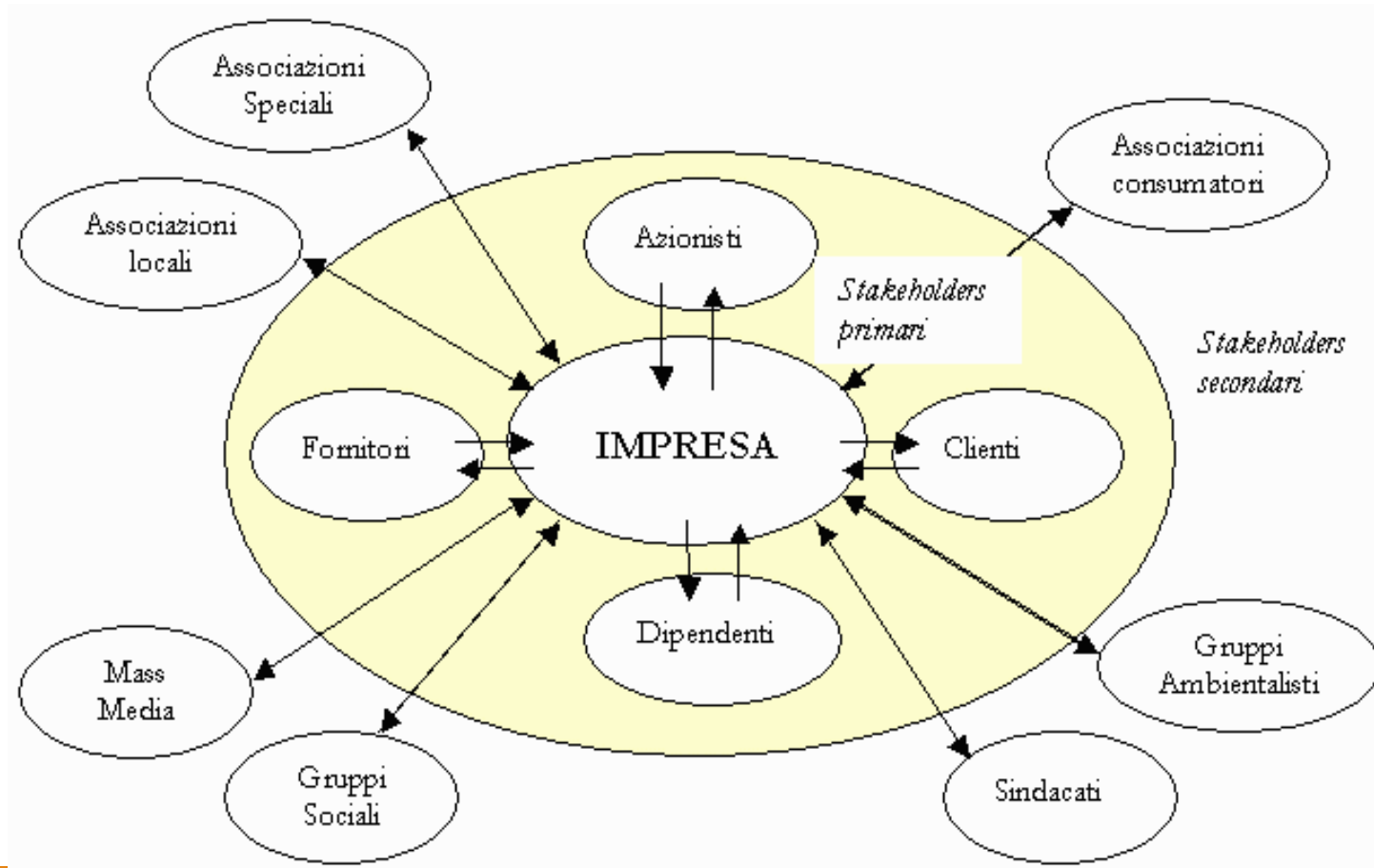
Hanno un potere
discrezionale limitato
all'attuazione di specifici
compiti

Teoria degli stakeholder

L'impresa si pone al centro di una serie di rapporti con differenti gruppi sociali, rispetto ai quali attiva relazioni di scambio, di informazione, di rappresentanza.

Questi gruppi finiscono per costituire dei veri e propri interlocutori dell'impresa o portatori di interessi (detti anche stakeholder), che influenzano e sono influenzati dall'attività dell'impresa stessa.

Stakeholder primari e secondari



Individuazione e classificazione degli stakeholders

Stakeholder primari: destinati ad esercitare una pressione più diretta e immediata sulla gestione aziendale (es. lavoratori, fornitori ecc.)

Stakeholder secondari: in grado di influenzare i comportamenti di lungo termine, potendo incidere soprattutto sul clima sociale delle relazioni individuali (es. istituzioni, ambientalisti, le associazioni di consumatori)



Coca-Cola HBC Italia a member of Coca-Cola Hellenic Group



[Home](#)

[Chi siamo](#)

[Prodotti e marchi](#)

[Promozioni](#)

[Responsabilità sociale](#)

[Area stampa](#)

[Lavoro e carriere](#)

»» Il nostro approccio

» Politiche sulla sostenibilità

» [Relazioni con gli stakeholder](#)

» Leadership internazionale

»» Iniziative rilevanti

»» Contatti CSR

»» Fondazione Coca-Cola HBC Italia

[Home](#) > [Responsabilità Sociale](#) > [Il nostro approccio](#) > [Relazioni con gli stakeholder](#)

Relazioni con gli stakeholder



Il nostro successo non può prescindere dai nostri stakeholder, dalle ampie consultazioni che abbiamo con loro, dalle opinioni e dai dubbi che esprimono e dalle nostre collaborazioni.

Gli stakeholder sono le persone sulle quali il nostro impatto è maggiore o, in altri termini, che hanno su di noi l'impatto maggiore. Sono nostri stakeholder, fra gli altri, dipendenti, fornitori, clienti, organizzazioni non governative (onlus), governi, consumatori e comunità locali. Il nostro dialogo avviene attraverso incontri oppure sondaggi e ricerche volte a coinvolgere il nostro personale, i clienti e altre categorie.

Lavorare in partnership

Negli ultimi tempi si sono intensificate le partnership attraverso le quali affrontiamo argomenti di interesse comune su temi sociali e ambientali.

Ecco alcuni esempi:

Individuazione e classificazione degli stakeholders

Non in tutte le imprese la composizione e il ruolo degli stakeholders assumono identiche caratteristiche

In relazione alle caratteristiche dell'impresa alcuni interlocutori possono rivestire una maggiore o minore rilevanza

Individuare gli stakeholder

Chi sono i gruppi di interesse con cui l'impresa deve misurarsi?

Quali sono gli interessi in gioco?

Quali opportunità o sfide questi portatori d'interesse creano per l'impresa?

Quali responsabilità l'impresa ha verso di essi?

Quali strategie e politiche adottare?

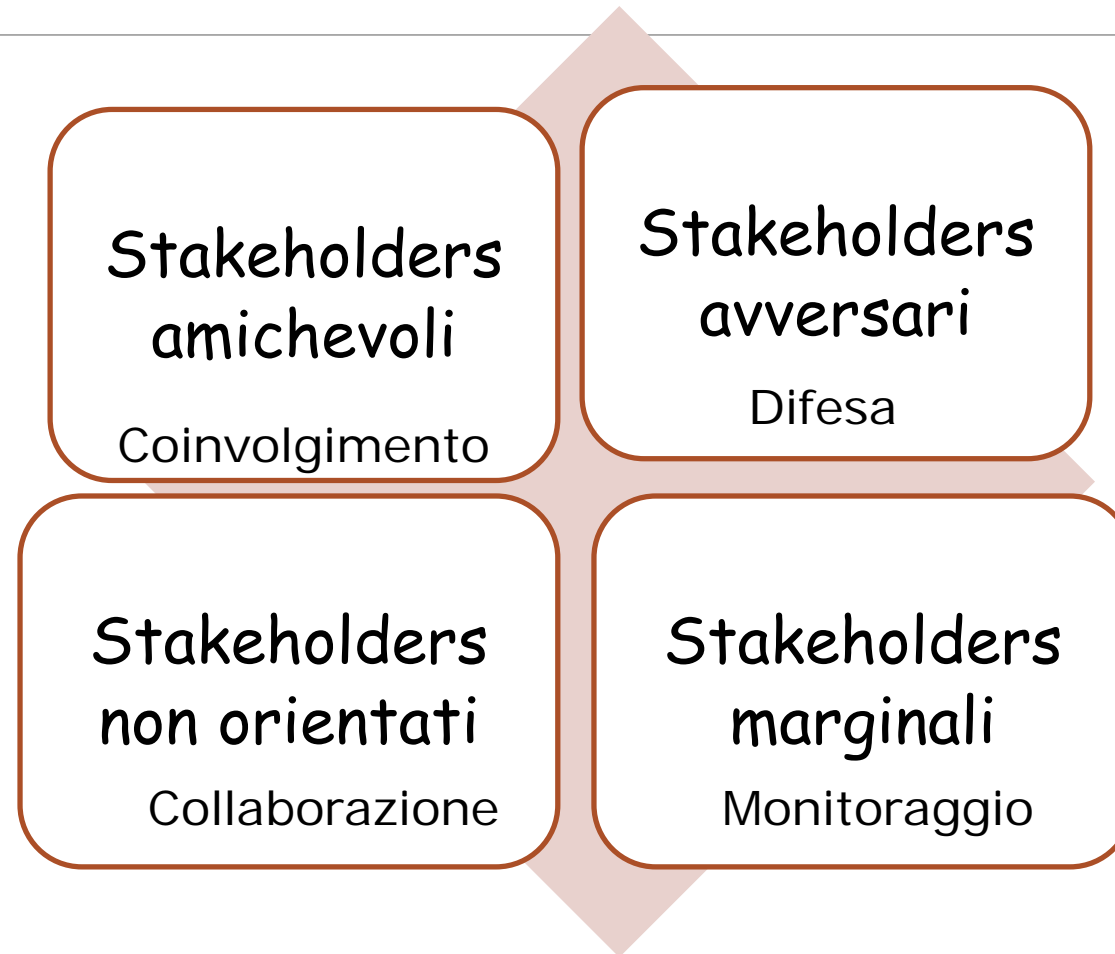
Criteri individuazione

La **forza**: potere da essi detenuto in virtù del ruolo ricoperto nella società

La **legittimazione**: riconoscimento della loro funzione di rappresentanza di particolari interessi

L'**attualità** dell'interesse difeso ovvero l'urgenza della risposta da parte dell'impresa

Classificazione degli interlocutori aziendali



I rapporti strategici con gli stakeholders



Stakeholder e ruolo della proprietà

Coincidenza tra proprietà e governo dell'impresa: la proprietà non figura tra gli stakeholder

Dissociazione tra proprietà e governo: la proprietà è ricompresa tra gli stakeholder

La teoria dell'agenzia

Situazione in cui il potere di amministrazione aziendale è esercitato da un agente (**agent**) su mandato ricevuto dalla proprietà (**principal**)

L'agente tenderà ad assicurare una congrua remunerazione alla proprietà

Cosa abbiamo imparato oggi

Gli organi di governo dell'impresa: Imprenditori e manager

La vostra attitudine imprenditoriale

Organi deliberanti, esecutivi e di controllo

Teoria degli stakeholder

Teoria dell'agenzia