



L'AZIENDA

Il «sistema azienda»

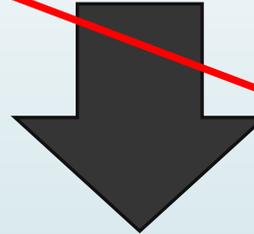
L'AZIENDA

Ricordando la definizione civilistica di imprenditore:

❑ ART 2082 C.C. (Imprenditore)

E' imprenditore chi esercita professionalmente una attività economica **organizzata** al fine della **produzione o dello scambio di beni o di servizi.**

❑ Art.2555 C.C. - Nozione



➤ L'azienda è il **complesso dei beni organizzati** dall'**imprenditore** per l'esercizio dell'impresa.

L'AZIENDA

Art. 2555.
Nozione.

- L'azienda è il **complesso dei beni** organizzati dall'**imprenditore** per **l'esercizio dell'impresa**.



IL SISTEMA AZIENDA

Cosa si intende per sistema ?

- Il sistema è un complesso di elementi (materiali e immateriali) in interazione dinamica,
- ovvero:
- un complesso di elementi che dipendono reciprocamente gli uni dagli altri, quindi tra loro coordinati così da formare un tutt'uno organizzato e finalizzato verso un obiettivo.

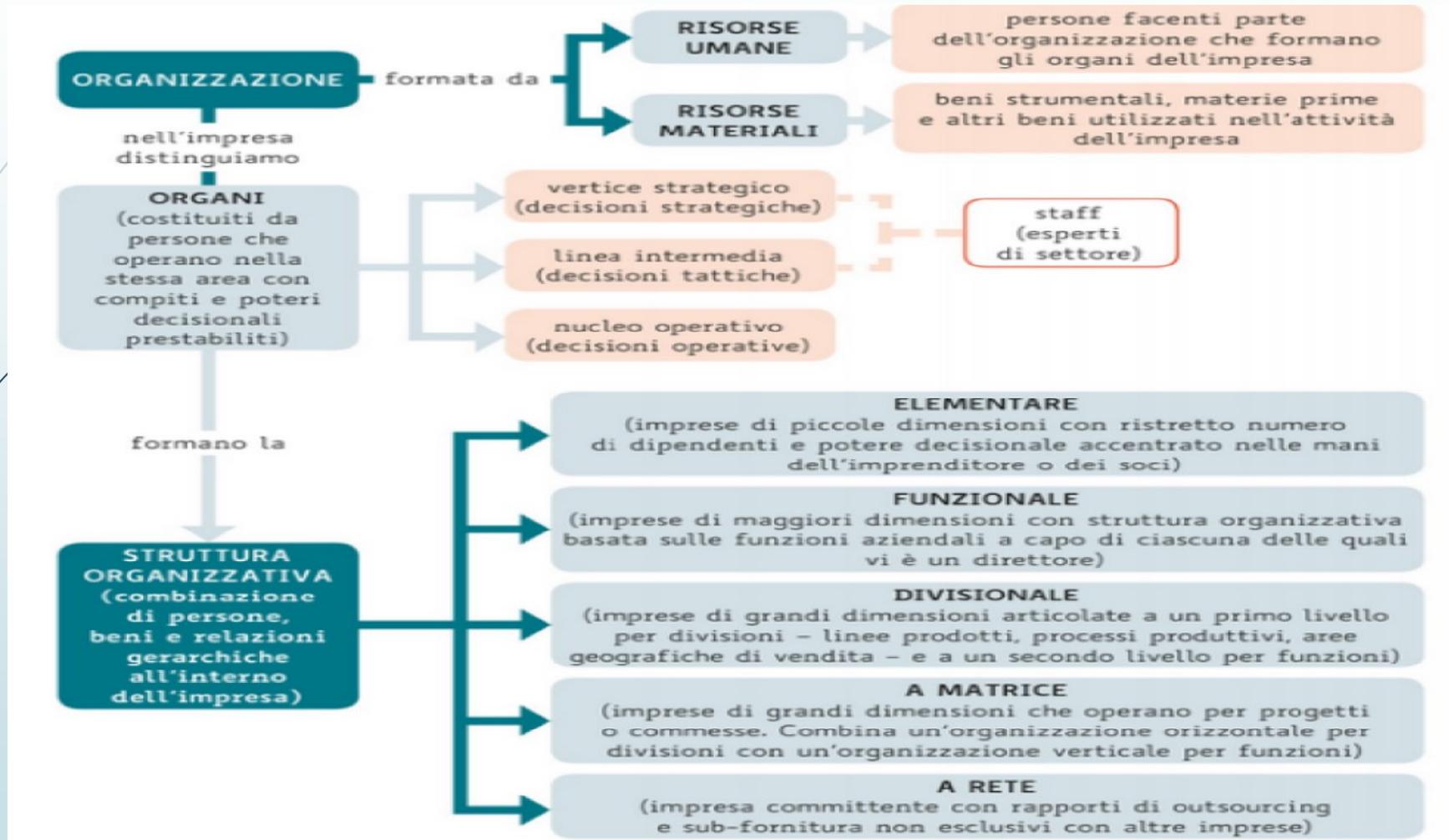
Gino Zappa definisce l'**azienda** una «*coordinazione economica in atto*», «*istituita e retta dall'uomo per il soddisfacimento dei bisogni umani*»

IL SISTEMA AZIENDA

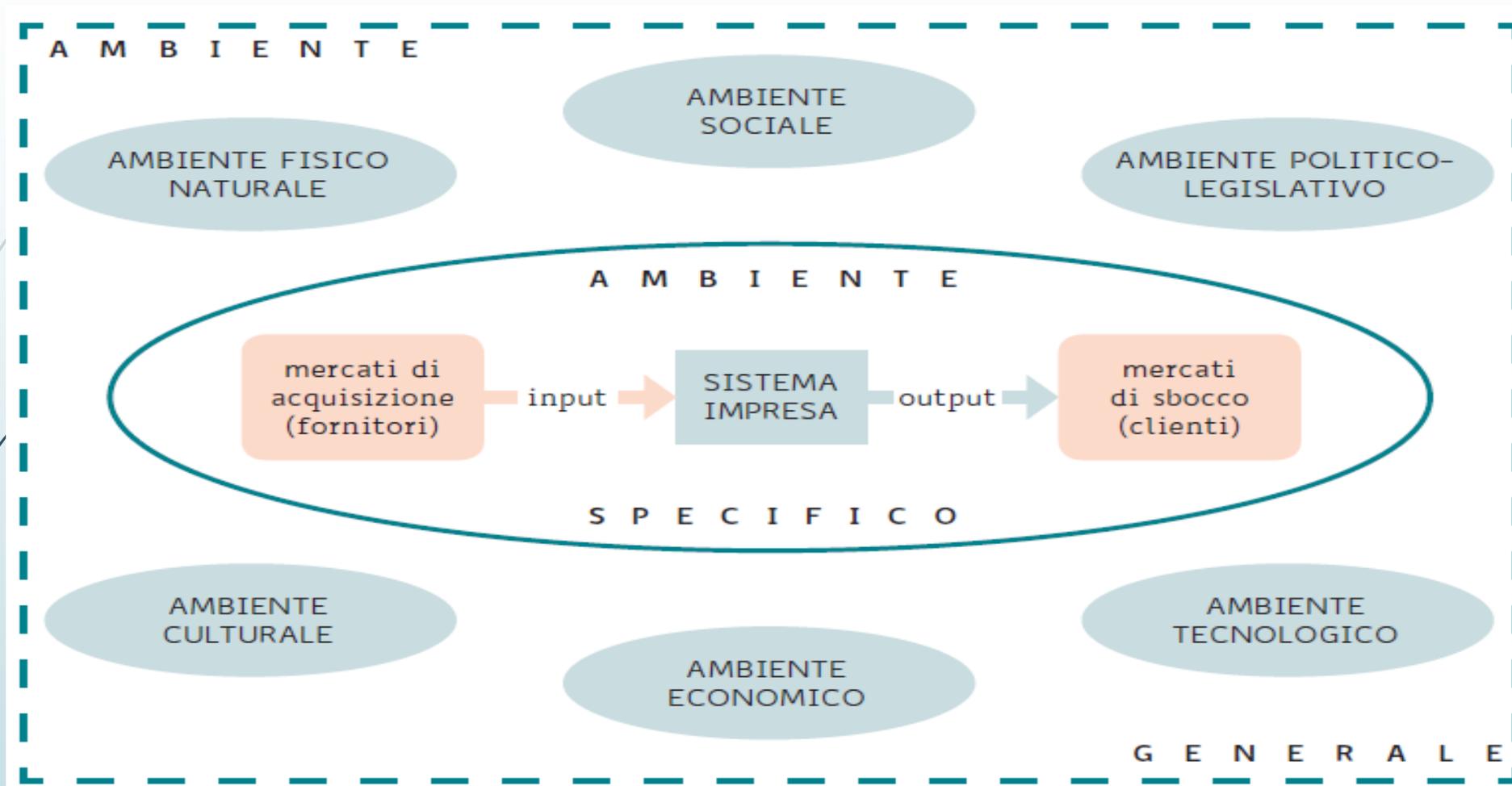
L'azienda è un'organizzazione economica durevole, formata da **persone** che utilizzano **beni** e svolgono operazioni per il raggiungimento dello scopo sociale.



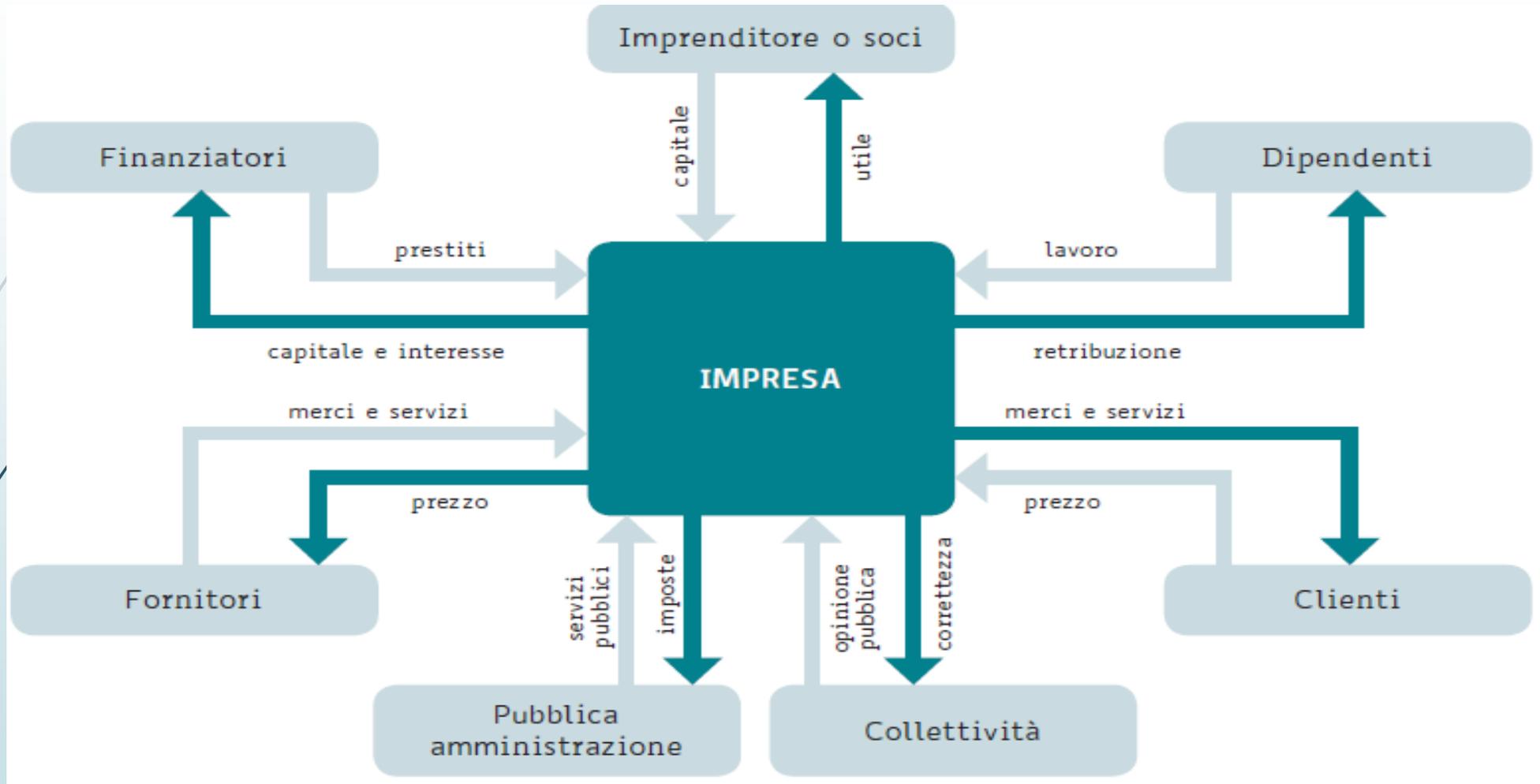
IL SISTEMA AZIENDA



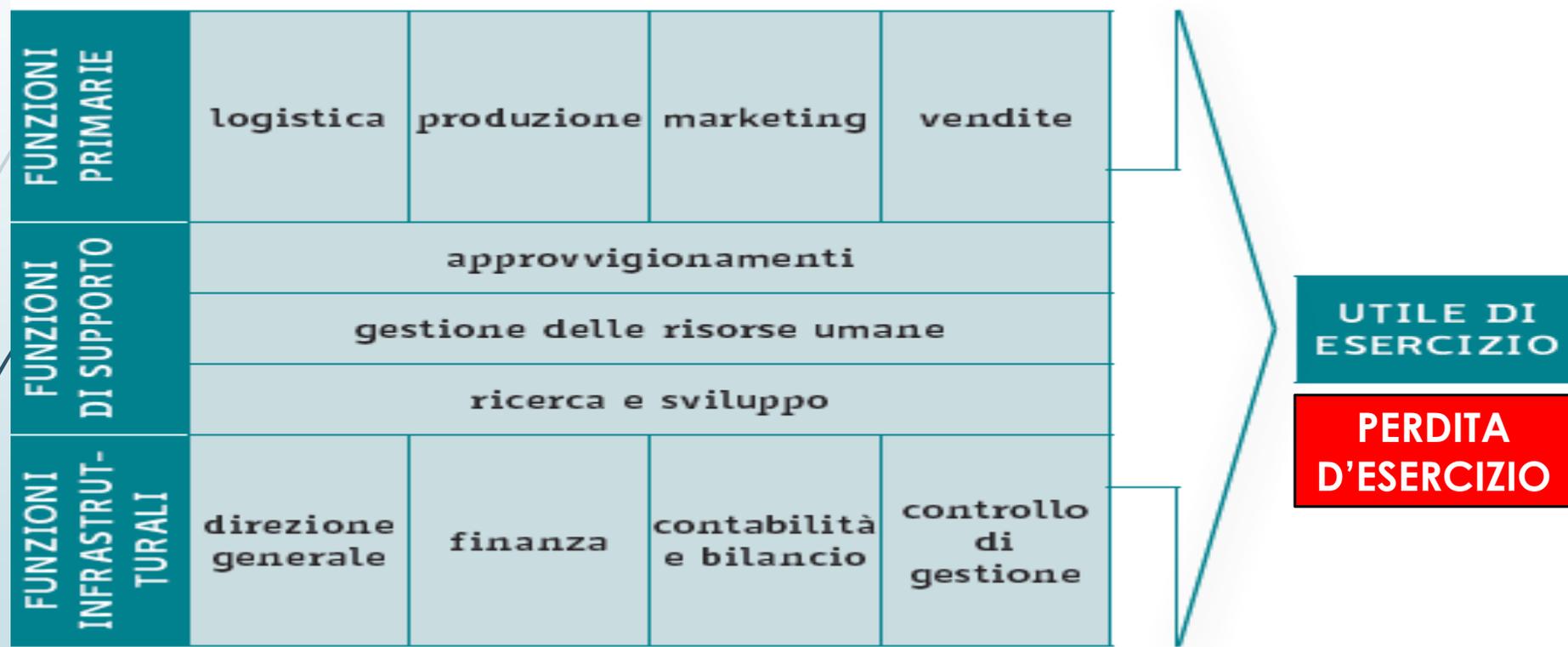
IL SISTEMA AZIENDA



IL SISTEMA AZIENDA - stakeholder

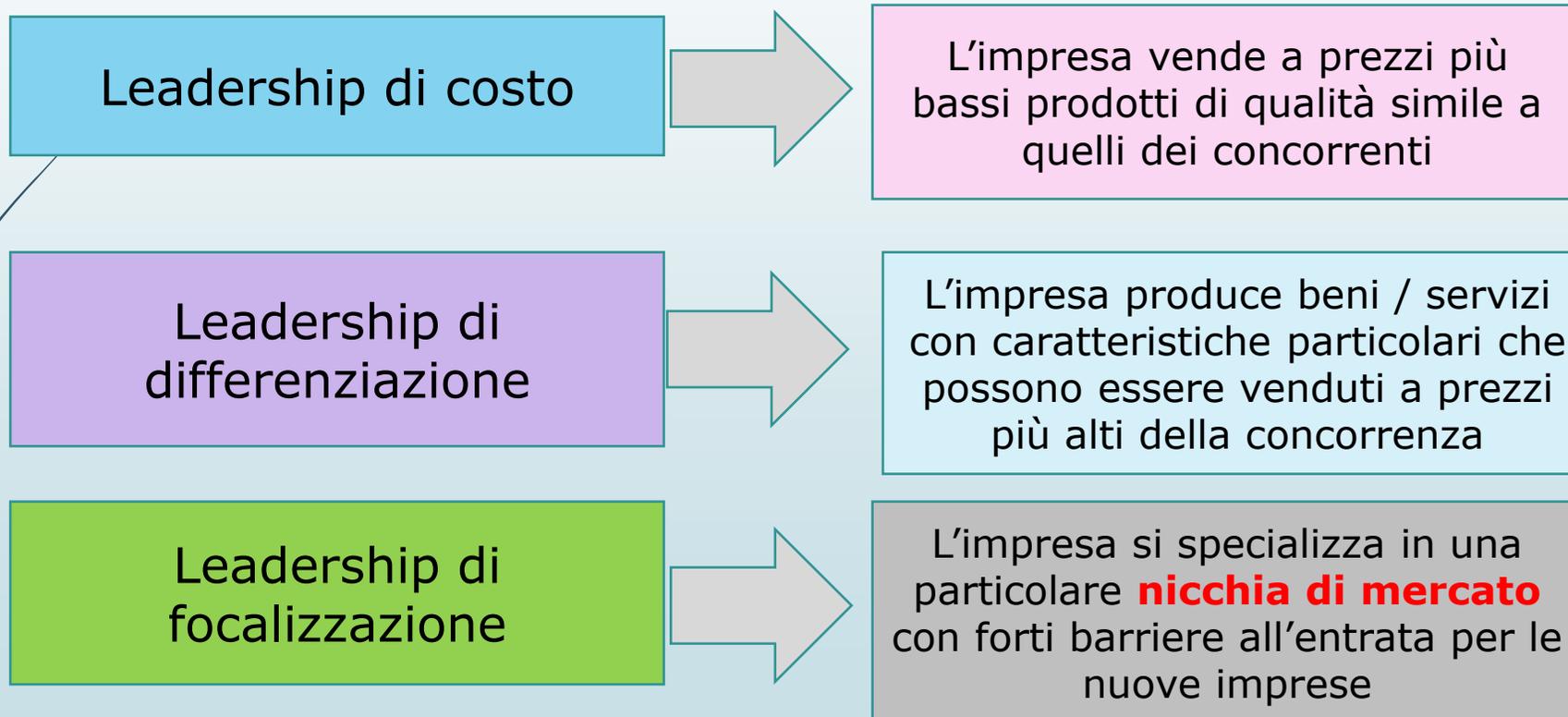


IL SISTEMA AZIENDA - La catena del valore



IL SISTEMA AZIENDA Il vantaggio competitivo

- Per **vantaggio competitivo** si intende la capacità dell'impresa di stimolare nei consumatori una preferenza per i suoi prodotti



IL SISTEMA AZIENDA Il vantaggio competitivo – imprese sociali

- Il vantaggio competitivo nelle imprese sociali è un concetto fondamentale per la loro **sostenibilità** e il loro **successo a lungo termine**.
- Le imprese sociali sono organizzazioni che perseguono obiettivi sociali e ambientali, oltre a quelli economici. Il vantaggio competitivo per queste imprese può essere raggiunto attraverso diversi fattori:
- **Missione e valori.** La chiara definizione di una missione e di valori sociali può creare una forte identità aziendale e fidelizzare i clienti e gli stakeholder. Le persone sono sempre più attratte da organizzazioni che condividono i loro valori e che lavorano per il bene comune.
- **Responsabilità sociale e ambientale.** Le pratiche etiche e sostenibili possono migliorare la reputazione di un'impresa sociale e attirare clienti, dipendenti e investitori che apprezzano l'impegno verso la responsabilità sociale e ambientale.
- **Collaborazioni e partnership.** Le imprese sociali possono formare alleanze strategiche con altre organizzazioni, enti governativi e comunità locali. Queste collaborazioni possono fornire risorse aggiuntive, competenze e opportunità di crescita.

IL SISTEMA AZIENDA Il vantaggio competitivo – imprese sociali

- **Innovazione sociale.** Soluzioni innovative per affrontare problemi sociali ed ambientali. Questa capacità di innovazione può differenziarle dalle imprese tradizionali e attrarre sostenitori, investitori e clienti.
- **Capacità di adattamento.** Le imprese sociali devono spesso operare in contesti dinamici e complessi. La capacità di adattarsi rapidamente ai cambiamenti e di rispondere alle esigenze emergenti può costituire un importante vantaggio competitivo.
- **Accesso a finanziamenti dedicati.** Le imprese sociali possono accedere a finanziamenti specifici, come fondi di impatto sociale, donazioni e sovvenzioni, che non sono disponibili per le imprese tradizionali. Questi finanziamenti possono sostenere la crescita e lo sviluppo dell'impresa.
- **Coinvolgimento della comunità.** Un forte legame con la comunità locale può aumentare il sostegno e la lealtà verso l'impresa sociale. Il coinvolgimento attivo della comunità può anche fornire preziosi “*feedback*” e idee per migliorare l'offerta di servizi