

Le Alleanze Strategiche Nel Trasporto Aereo

Il fallimento e la privatizzazione dell'Alitalia hanno riempito per mesi le pagine della cronaca; ma se si prova a sconfinare dall'attualità nella storia, quali sono state le tappe salienti dell'ascesa e del declino della nostra compagnia di bandiera? L'Alitalia nasce infatti come impresa pubblica nel 1947 e raggiunge ben presto una posizione significativa su scala mondiale. Ma dagli anni ottanta, il trasporto aereo subisce una radicale trasformazione; il processo di liberalizzazione e di privatizzazione delle compagnie statunitensi, l'introduzione di innovazioni tecnologiche, la nascita di nuove compagnie e filosofie di mercato trasformano radicalmente l'orizzonte e richiedono una strategia per fronteggiare la concorrenza. Sorge allora la necessità di un rilancio attraverso un'alleanza internazionale – individuata inizialmente nell'olandese KLM – previa la sua privatizzazione. In un libro a quattro mani, che mescola la competenza teorica di un economista all'esperienza sul campo di un ex manager dell'Alitalia, si ripercorre il processo di privatizzazione rimasto schiacciato per oltre un decennio (1997-2009) nella tenaglia tra le esigenze industriali di lungo periodo e gli interessi politici di breve periodo. Ne viene fuori il racconto di una vicenda emblematica delle contraddizioni che un processo di privatizzazione può assumere quando gli obiettivi politici confliggono con quelli pubblici, e questi ultimi vengono relegati in secondo piano. Dalla mancata alleanza con la KLM alla ricerca di partnership alternative; dalla ripresa del processo di privatizzazione alla contrattazione con Air France; dal progetto Fenice alla realizzazione della nuova Alitalia: una rigorosa ricostruzione getta definitivamente luce su uno dei passaggi più controversi della nostra storia recente.

L'autore si concentra sulla polarizzazione dell'economia globale, che in vent'anni ha dato vita a un vero e proprio Quarto Mondo: non solo l'Africa Subsahariana, ma anche i ghetti urbani degli Stati Uniti e di altri paesi. Aumento della disuguaglianza e maggior libertà di manovra finanziaria stanno dietro la vertiginosa espansione dei traffici della criminalità globale.

La II edizione dell'opera, aggiornata alla luce degli sviluppi dell'ultimo decennio, costituisce un'introduzione, semplice e chiara, ai principali profili sostanziali relativi alla disciplina dell'antitrust: - che cos'è la concorrenza? - perché è meritevole di tutela? - a quali rischi è esposta? - quali ne sono i rimedi? Ricco di riferimenti alle più significative disposizioni adottate per l'attuazione degli artt. 101, 102 e 106 del Trattato UE ed il reg. (CE) n. 139/2004, alla prassi decisionale della Commissione e alla giurisprudenza dei giudici dell'UE, illustra concretamente come viene attuata la disciplina della concorrenza europea applicabile alle imprese. Completano il volume brevi cenni essenziali agli aspetti procedurali, sia per la parte relativa alle intese e agli abusi di posizione dominante, sia per quella relativa alle concentrazioni. "La storia dell'Acea (Azienda comunale elettricità e acqua, poi Azienda comunale energia e ambiente) compendia un secolo di storia delle municipalizzate italiane, ma costituisce anche un capitolo determinante della storia di Roma. In essa si riflettono infatti la crescita tumultuosa e disordinata della capitale e le alterne vicende dei suoi pubblici servizi. Nata nel 1911 per iniziativa della giunta Nathan come "calmiere" del mercato allora monopolizzato dalla Società anglo-romana per l'illuminazione di Roma, l'Acea ha costituito sino ai giorni nostri uno dei protagonisti del duopolio elettrico romano, al fianco prima della privata Società romana di elettricità (erede dell'Anglo-romana) e successivamente dell'Enel. Trasformata in azienda multiservizi nel 1937, quando l'allora governatorato di Roma le trasferì la gestione degli acquedotti municipali, nel secondo dopoguerra l'Acea è stata protagonista assoluta della costruzione del moderno sistema di approvvigionamento idrico della capitale, operando dapprima in regime di duopolio con la Società dell'Acqua Marcia e poi, dal 1964, in regime di municipalizzazione integrale. La sua caratteristica di multiutility, arricchita in anni recenti da esperienze nei campi del teleriscaldamento e dei servizi di depurazione, si è rivelata decisiva nel triennio 1997-1999, consentendole di affrontare con successo la trasformazione in società per azioni, la quotazione in Borsa e la parziale privatizzazione dell'azionariato. L'Acea si prepara oggi ad affrontare nuove sfide sia nei suoi tradizionali settori di attività - come la liberalizzazione del mercato elettrico e la gestione integrale del ciclo delle acque - sia nel settore strategico delle telecomunicazioni. Il recente ingresso nel mercato dei servizi telefonico, anche grazie a solide alleanze internazionali, ne fa oggi un gruppo multiservizi ampiamente diversificato e un potenziale protagonista della new economy nel nostro paese."

Globalization stems from the verb "to globalize", which embodies the concept of international interdependence and influence between various social and economic systems. In an increasingly globalized market environment, there is an impetus for many firms to look to foreign markets in order to maintain competitive advantage. Over recent years, it has been possible to see dramatic changes that have strong impacts on all businesses. Strategic process can provide an overall strategic direction to the management of an organization, and gives a specific direction to areas like financial strategy, marketing strategy, organizational development strategy and human resources strategy, in order to achieve success. Innovation is the foundation of economic growth and corporate prosperity. Finally, entrepreneurship provides all the necessary mobilization for this growth and prosperity. In this respect, this book provides scientific evidence and direction to businesses competing in the contemporary competitive and changing environment. As such, it is an essential reference source, building on the available literature in the field of globalization, strategic management and innovation use, while providing for further research opportunities in this dynamic field. The book presents research and paradigms that transcend classical theory in order to examine how business practice is positively affected by these conditions. Across a multitude of sectors and organisational types, scholars of different business specialisations set the theoretical foundations of contemporary thinking and present their practical implementations.

"Nuovi Turismi in Canavese" è uno strumento per esplorare le potenzialità turistiche del Canavese, territorio collocato a nord della città di Torino. Chi conosce il Canavese, lo vive e lo apprezza e desidera vederlo rifiorire, avverte la presenza di elementi per una ripresa in chiave turistica. Matura idee che evolvono nel tempo, sfociano in visioni di sviluppo i cui contorni si precisano, acquisendo elementi come quelli che derivano da questo studio. Chi guarda verso il passato vede Adriano Olivetti. Nel Canavese se ne conserva il ricordo e se ne possono ancora riconoscere le influenze positive sul territorio e nel tessuto sociale. Il rafforzamento del panorama culturale, la possibilità di conciliare lavori di campagna e di fabbrica, la considerazione della dimensione sociale, anticipatrice dell'attuale Corporate Social Responsibility, hanno permesso la salvaguardia del territorio e la conservazione di un nucleo di attività agricola. In tale contesto, alla luce delle nuove dinamiche socio-economiche, il turismo sembra essere un'opportunità praticabile. "Nuovi Turismi in Canavese" coinvolge vari attori capaci di influenzare i processi di valorizzazione, promozione e sviluppo turistico. Ed insieme a loro si scopre che la storia è tutta da scrivere, partendo dal recupero della cultura olivettiana.

Raccolta di saggi sull'area mediterranea: geografia, insediamenti umani, paesaggi agrari, metropoli e città, scambi commerciali, migrazioni, sistemi agro-alimentari, agricoltura biologica, fonti energetiche, ambiente, sviluppo economico. Con dati statistici sui singoli paesi e sui flussi migratori tra paesi mediterranei. (ubosb).

Le alleanze strategiche nel trasporto aereo *Managing Globalization New Business Models, Strategies and Innovation* Cambridge Scholars Publishing

Gli Autori Rudi Ballreich e Friedrich Glasl presentano le fondamenta teoriche e le metodologie pratiche che hanno sviluppato in molti anni di esperienza professionale come consulenti, mediatori e studiosi dei conflitti, collocandole nel contesto dell'organizzazione e rendendole comprensibili al lettore anche attraverso esercizi di vario tipo. In

particolare, gli Autori concentrano l'attenzione sulla diagnosi del conflitto nelle organizzazioni e sulla relativa comprensione in chiave sistemica, esplorando alcuni concetti fondamentali delle neuroscienze e ponendoli in relazione ai principi dell'antroposofia di Rudolf Steiner e al metodo di osservazione della natura sviluppato da Johann Wolfgang Goethe, per una comprensione più profonda dei modelli percettivi e delle distorsioni, nonché dei processi mentali che si manifestano nel corso dei conflitti. Il contesto, dunque, è quello proprio dello sviluppo organizzativo: l'analisi attenta alle cause di produzione del conflitto nelle diverse fasi dello sviluppo permette un metodo originale raffinatamente olistico. Il punto di partenza è una comprensione più profonda della percezione umana e della possibilità di perfezionare la capacità di osservazione, sia per quanto riguarda il contesto ambientale che i processi psicologici, in situazioni di conflitto. L'analisi dell'organizzazione e dei suoi sottosistemi, con le relative procedure e regole implicite ed esplicite, la sua storia e il livello di sviluppo raggiunto, da una parte, e l'analisi dei conflitti, intesi come interazioni non soltanto fra individui o gruppi, ma anche fra struttura e persona, dall'altra, realizzano il binomio centrale nella scelta culturale degli Autori.

100.845

1136.86

Il settore del trasporto aereo è stato interessato, nel corso degli ultimi decenni, da uno straordinario processo di cambiamento che ne ha profondamente ridisegnato l'assetto normativo e irreversibilmente segnato l'evoluzione in termini organizzativi e commerciali.

380.304

Le piccole e medie imprese possono sviluppare modelli di business innovativi anche in contesti geografici ed economici non favorevoli come quelli di una piccola regione di montagna, la Valle d'Aosta, con un territorio difficile e con una vocazione imprenditoriale relativamente limitata rispetto a quella di altre regioni del Nord Italia. L'analisi comparata di dieci casi di piccole e medie imprese valdostane si concentra sui processi di sviluppo di risorse distintive che hanno supportato scelte di posizionamento innovativo in termini di prodotti, servizi e mercati. L'analisi dei modelli di business delle imprese valdostane consente di elaborare alcune interessanti implicazioni per manager e imprenditori operanti in contesti socio-economici simili a quelli della Valle d'Aosta. Le dinamiche di sviluppo di forme di posizionamento innovativo osservati nello studio contribuiscono altresì ad una maggiore comprensione dei processi di innovazione e cambiamento strategico nelle piccole e medie imprese.

365.794

373.5

365.543

[Copyright: 85ea3d5ddbc8000934da52133a8599a9](https://www.amazon.com/dp/B000934da5)