

UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

CORSO DI LAUREA MAGISTRALE IN DIRITTO,
ECONOMIA E STRATEGIA D'IMPRESA

ANNO ACCADEMICO 2024/2025

Pianificazione Aziendale

Prof Guido Ortolani

Lezione n. 6 del 13.03.2025



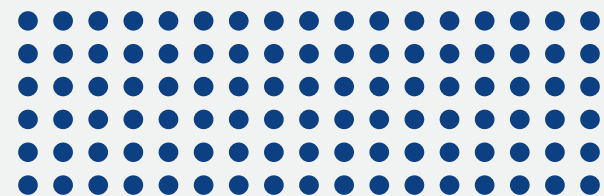
Pianificazione e scelta della veste giuridica



La pianificazione aziendale rappresenta un processo strategico attraverso il quale un'organizzazione definisce i propri obiettivi a lungo termine e le strategie per raggiungerli.

La forma giuridica di un'azienda determina il quadro legale entro cui essa opera, influenzando aspetti quali la responsabilità dei soci, il regime fiscale, le modalità di gestione e l'accesso al credito.

Una scelta appropriata della veste giuridica è cruciale per allineare la struttura dell'azienda agli obiettivi strategici e alle esigenze operative



Classificazione delle Forme Giuridiche delle Imprese in Italia

IMPRESE INDIVIDUALI

L'attività esercitata da una persona fisica con responsabilità illimitata

SOCIETÀ DI PERSONE

Basate sul rapporto fiduciario tra soci.

Società in Nome collettivo

Società in Accomandita Semplice

SOCIETÀ DI CAPITALI

prevalenza del capitale rispetto alle persone

Società per Azioni

Società a Responsabilità Limitata

Società in Accomandita per Azioni



Inquadramento giuridico dell'impresa individuale



CARATTERISTICHE

- L'impresa individuale è una forma giuridica in cui l'attività economica è esercitata da una persona fisica ai sensi dell'art. 2082 c.c.
- L'imprenditore individuale è soggetto giuridico coincidente con il titolare dell'impresa, che agisce senza personalità giuridica distinta.
- È caratterizzata da assenza di autonomia patrimoniale perfetta: il patrimonio dell'impresa non è separato da quello personale dell'imprenditore.
- Rientra nel novero delle forme imprenditoriali non societarie, particolarmente adatte a realtà di micro e piccola dimensione.

Profili funzionali e strutturali

Il titolare esercita l'attività in nome proprio e sotto la propria responsabilità, con piena autonomia decisionale.

L'IMPRESA INDIVIDUALE PUÒ ASSUMERE FORMA:

- commerciale (art. 2195 c.c.)
- artigiana (disciplinata dalla L. 443/1985)
- professionale, se esercitata in forma autonoma (esclusa dalla qualifica di impresa ai sensi dell'art. 2238 c.c.).

fiscaltà

Possibilità di accesso a regimi fiscali agevolati: forfettario (L. 190/2014) o semplificato (D.P.R. 600/1973)



VANTAGGI STRUTTURALI ED ECONOMICI	CRITICITÀ E LIMITI GIURIDICI
Procedura costitutiva semplificata e assenza di capitale minimo	Responsabilità patrimoniale illimitata e solidale
Costi amministrativi e contabili contenuti	Assenza di separazione patrimoniale tra impresa e imprenditore
Regimi fiscali agevolati disponibili (forfettario, semplificato)	Minore capacità di attrazione di capitali e minore credibilità creditizia
Gestione unipersonale semplificata	Limiti nella crescita dimensionale e nella continuità aziendale

Aspetti economici e oneri connessi



COSTI DI AVVIO

Iscrizione al Registro Imprese, bolli, diritti di segreteria: €150–250.
Apertura partita IVA e comunicazioni telematiche obbligatorie.



COSTI DI GESTIONE E RICORRENTI

Contributi previdenziali obbligatori INPS (Gestione Commercianti/Artigiani): minimi annui \approx €4.800.
Regime fiscale ordinario (IRPEF progressiva) o forfettario (imposta sostitutiva). Eventuali oneri per consulenze fiscali e contabili.



ACCESSO AL CREDITO

Accesso al credito subordinato alla valutazione del rischio personale dell'imprenditore.

Inquadramento giuridico della S.n.c.



CARATTERISTICHE

- La Società in nome collettivo (S.n.c.) è una società di persone disciplinata dagli artt. 2291–2312 c.c..
- È una società commerciale, dotata di personalità giuridica imperfetta, priva di autonomia patrimoniale perfetta.
- I soci rispondono solidalmente e illimitatamente per le obbligazioni sociali (art. 2291 c.c.).
- La S.n.c. acquisisce soggettività giuridica con l'iscrizione nel Registro delle Imprese (art. 2296 c.c.), ma ciò non comporta la separazione patrimoniale tipica delle società di capitali.



CARATTERISTICHE SNC

CONTRATTO SOCIALE

Contratto sociale redatto per atto pubblico o scrittura privata autenticata; i.

SOCI

- Tutti i soci hanno qualità di imprenditori e partecipano alla gestione (art. 2293 c.c.).

CAPITALE

Il capitale sociale non ha un minimo legale e conta solo per fini patrimoniali e di conferimento.

RESPONSABILITA'

I soci rispondono solidalmente e illimitatamente per le obbligazioni sociali (art. 2291 c.c.)

AMMINISTRAZIONE

Ogni socio può compiere atti gestori salvo diversa clausola di amministrazione.

AUTONOMIA PATRIMONIALE

È una società commerciale, dotata di personalità giuridica imperfetta, priva di autonomia patrimoniale perfetta.



Profili economici e fiscali Snc



COSTITUZIONE

- Atto costitutivo e registrazione: ~ €1.000–1.500 (notaio, imposte, diritti di segreteria).
- Iscrizione al Registro Imprese, PEC, firma digitale: ~ €200–300.

GESTIONE ORDINARIA

- Contabilità semplificata o ordinaria, in base al volume d'affari.
- Imposte dirette: reddito imputato per trasparenza ai soci (art. 5 TUIR).
- Contributi INPS per ciascun socio (gestione commercianti/artigiani).
- Eventuali oneri per consulenza fiscale e gestione amministrativa.

REGIMI FISCALI APPLICABILI

Ordinario per la società. Tassazione per trasparenza.

VANTAGGI ECONOMICO-ORGANIZZATIVI	PROFILI CRITICI E LIMITI GIURIDICI
Forma societaria agile e flessibile	Responsabilità illimitata e solidale dei soci
Costi di costituzione e gestione contenuti	Soggettività giuridica imperfetta: no piena autonomia patrimoniale
Maggiore capacità operativa rispetto all'impresa individuale	Trasferibilità delle quote limitata e vincoli statutari stringenti
Idonea per imprese familiari o piccole strutture organizzative	Rischio personale elevato per tutti i soci
Immagine professionale più strutturata (rispetto all'impresa individuale)	Obblighi contabili e pubblicitari maggiori rispetto all'impresa individuale

INQUADRAMENTO GIURIDICO DELLA S.R.L.



- La S.r.l. è una società di capitali con soggettività giuridica autonoma (art. 2462-2483 c.c.).
- I soci non rispondono per le obbligazioni sociali (autonomia patrimoniale perfetta).
- Si costituisce tramite atto pubblico e iscrizione nel Registro delle Imprese.
- Capitale sociale minimo:
 - \geq €10.000: ordinario.
 - $<$ €10.000 ma \geq €1: con regole speciali (art. 2463, co. 4 c.c.).
- Esiste anche la S.r.l. semplificata (S.r.l.s.) con capitale da €1 a €9.999 e atto costitutivo standardizzato.

specificazioni



SRL CON CAPITALE < 10.000

La S.r.l. può essere creata con un capitale sociale inferiore a €10.000, a condizione che:

- I conferimenti siano solo in denaro.
- Siano interamente versati alla sottoscrizione.

Si accantoni almeno 1/5 dell'utile netto annuale a una riserva legale non distribuibile fino a raggiungere €10.000 tra capitale e riserva.



CAPITALE < 10.000: DIFFERENZE TRA SRL ORDINARIA E SRLS

- Nella S.r.l. ordinaria si mantiene piena libertà statutaria.
- La S.r.l.s. richiede l'adozione di un modello standard e prevede limitazioni soggettive

VANTAGGI STRUTTURALI E DI PIANIFICAZIONE	CRITICITÀ GIURIDICHE ED OPERATIVE
Responsabilità limitata → protezione patrimoniale personale	Costituzione e gestione più complesse rispetto alle società di persone
Flessibilità statutaria → personalizzazione dei diritti e della governance	Capitale ridotto richiede adeguata struttura finanziaria e riserve
Ottimale per pianificazione successoria e assetto familiare	Obblighi contabili e pubblicitari più rigorosi
Gestione accentrabile in pochi soci o manager esterni	Limitata attrattività per investitori rispetto alla S.p.A.
Possibilità di costruzione di strutture holding o patti parasociali	Maggiore rigidità nella distribuzione degli utili con capitale sotto soglia

Profili economici e fiscali SRL



COSTITUZIONE

- Notaio, imposta registro, bolli, CCIAA: €1.200 – 2.000



GESTIONE ORDINARIA

- Contabilità ordinaria
- Obbligo deposito bilanci
- Maggiori costi camerali
- Costi connessi alla eventuale presenza dell'organo di controllo



REGIME FISCALE

- IRES al 24% (imposta societaria) + IRAP regionale.
- Gli utili distribuiti ai soci sono soggetti a imposta sostitutiva del 26%

INQUADRAMENTO GIURIDICO DELLA S.R.L.



- La S.p.A. è una società di capitali con piena autonomia patrimoniale e soggettività giuridica (artt. 2325–2451 c.c.).
- I soci non rispondono per le obbligazioni sociali.
- La costituzione avviene con atto pubblico e iscrizione al Registro delle Imprese (effetto costitutivo).
- Capitale sociale minimo obbligatorio: €50.000.
- Le partecipazioni sono rappresentate da azioni liberamente trasferibili, salvo clausole statutarie.
- Forma obbligatoria per: quotazione in Borsa, emissione obbligazioni superiori ai limiti di S.r.l.

Profili economici e fiscali SPA



COSTITUZIONE

- Notaio, imposta registro, bolli, CCIAA: ~€2.500–4.000
- Deposito capitale minimo su conto vincolato prima dell'atto



GESTIONE ORDINARIA

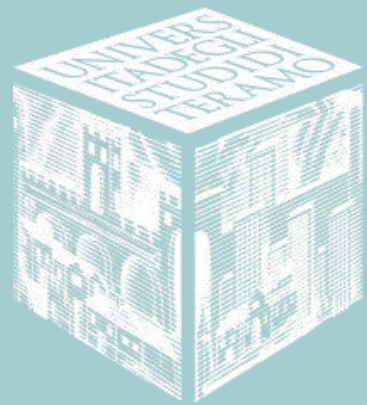
- Contabilità ordinaria obbligatoria
- Deposito bilancio + revisione legale sempre obbligatoria
- Costi più elevati per organi societari e adempimenti formali
- Collegio sindacale obbligatorio, salvo deroghe solo per società chiuse e piccole



REGIME FISCALE

- Tassazione: IRES 24% + IRAP
- Dividendi: ritenuta del 26% per persone fisiche
- Possibilità di PEX, consolidato fiscale, strutture holding

VANTAGGI PER PIANIFICAZIONE E GOVERNANCE	Criticità giuridiche ed economiche
Elevata protezione patrimoniale dei soci	Costi iniziali e di gestione significativamente più alti
Accesso facilitato a capitali di rischio e debito	Complessità amministrativa e rigidità gestionale
Trasferibilità azioni → pianificazione successoria	Maggiore formalismo negli organi societari
Idonea per operazioni complesse (M&A, emissioni, quotazioni)	Meno adatta per imprese familiari o di piccole dimensioni
Separazione netta tra proprietà e controllo	Obblighi di trasparenza più stringenti



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TERAMO

Pianificazione Aziendale

LA LOCALIZZAZIONE

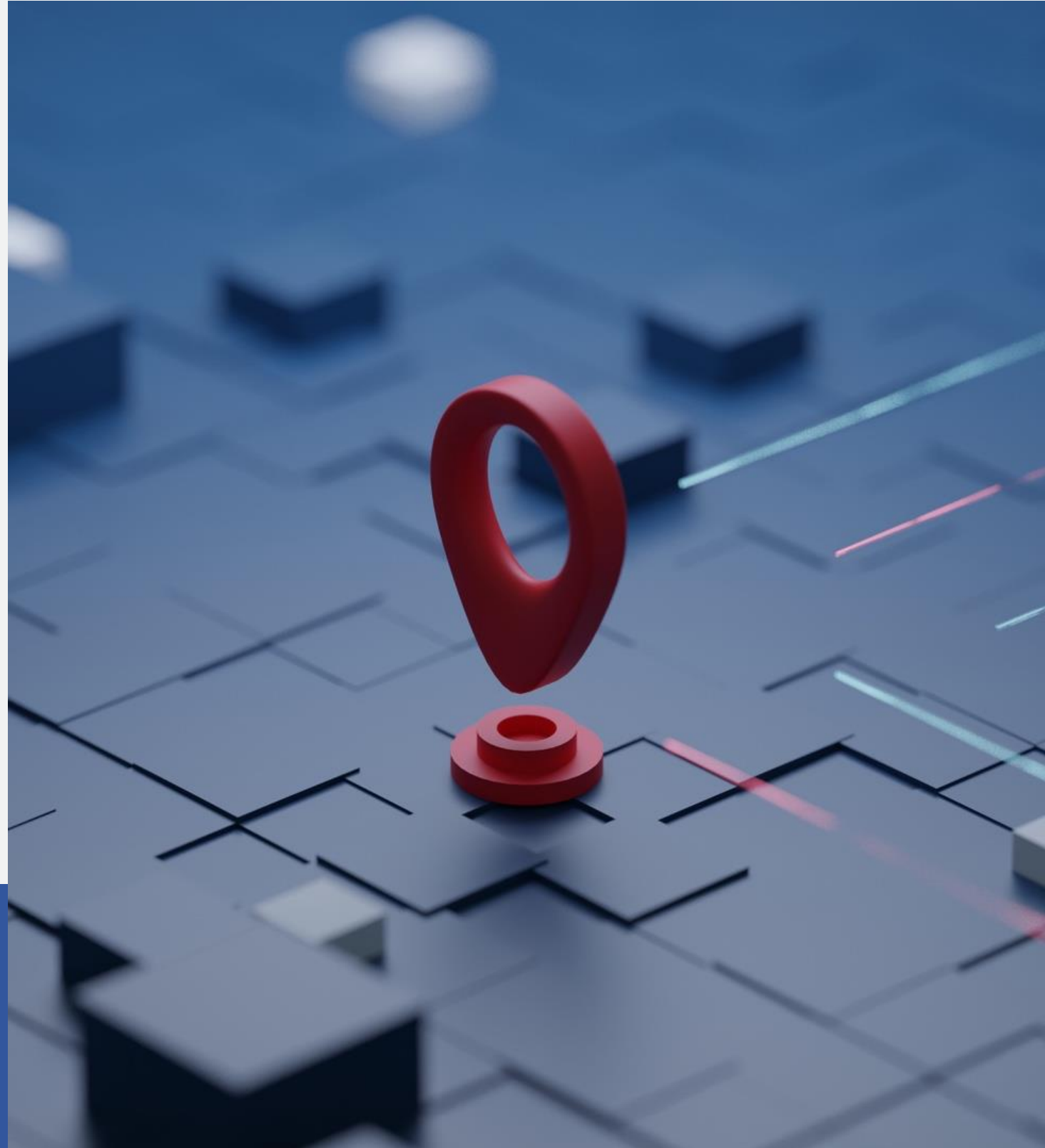
Prof. GUIDO ORTOLANI



Localizzazione



LA LOCALIZZAZIONE AZIENDALE È IL PROCESSO STRATEGICO DI SCELTA DELLA POSIZIONE OTTIMALE PER LE ATTIVITÀ PRODUTTIVE E COMMERCIALI.



LA LOCALIZZAZIONE NELL'AMBITO DELLA PIANIFICAZIONE AZIENDALE



- **Strategia Cruciale:** La localizzazione d'impresa è una decisione strategica fondamentale per il successo e la crescita duratura.
- **Impatto Economico:** Una scelta localizzativa ottimale incide direttamente sulla competitività, attrattività e sostenibilità dell'azienda nel lungo termine.
- **Rilevanza della Sostenibilità:** L'integrazione di pratiche sostenibili nella localizzazione aziendale rappresenta un vantaggio competitivo cruciale per attirare clienti.

Teorie sulla localizzazione



**TEORIA CLASSICA
DI VON THÜNEN**

1826

Modello circolare
della localizzazione
economica

**TEORIA DI
ALFRED WEBER**

1909

Minimizzazione dei costi
di trasporto, lavoro e
agglomerazione

**TEORIA DEL DISTRETTO
INDUSTRIALE
(MARSHALL)**

1920

Benefici della
concentrazione di
imprese simili in
una regione

**MODELLO
DI
HOTELLING**

1929

Competizione spaziale
tra aziende



... continua.
Teorie sulla
localizzazione

**TEORIA DEL VANTAGGIO
COMPETITIVO DELLE
NAZIONI (M. PORTER)**

**I distretti Industriali
(Becattini)**

**Teoria delle economie di
agglomerazione
(Krugman)**

1990

1990

**IL MODELLO ITALIANO
DEI DISTRETTI
INDUSTRIALI**

1991

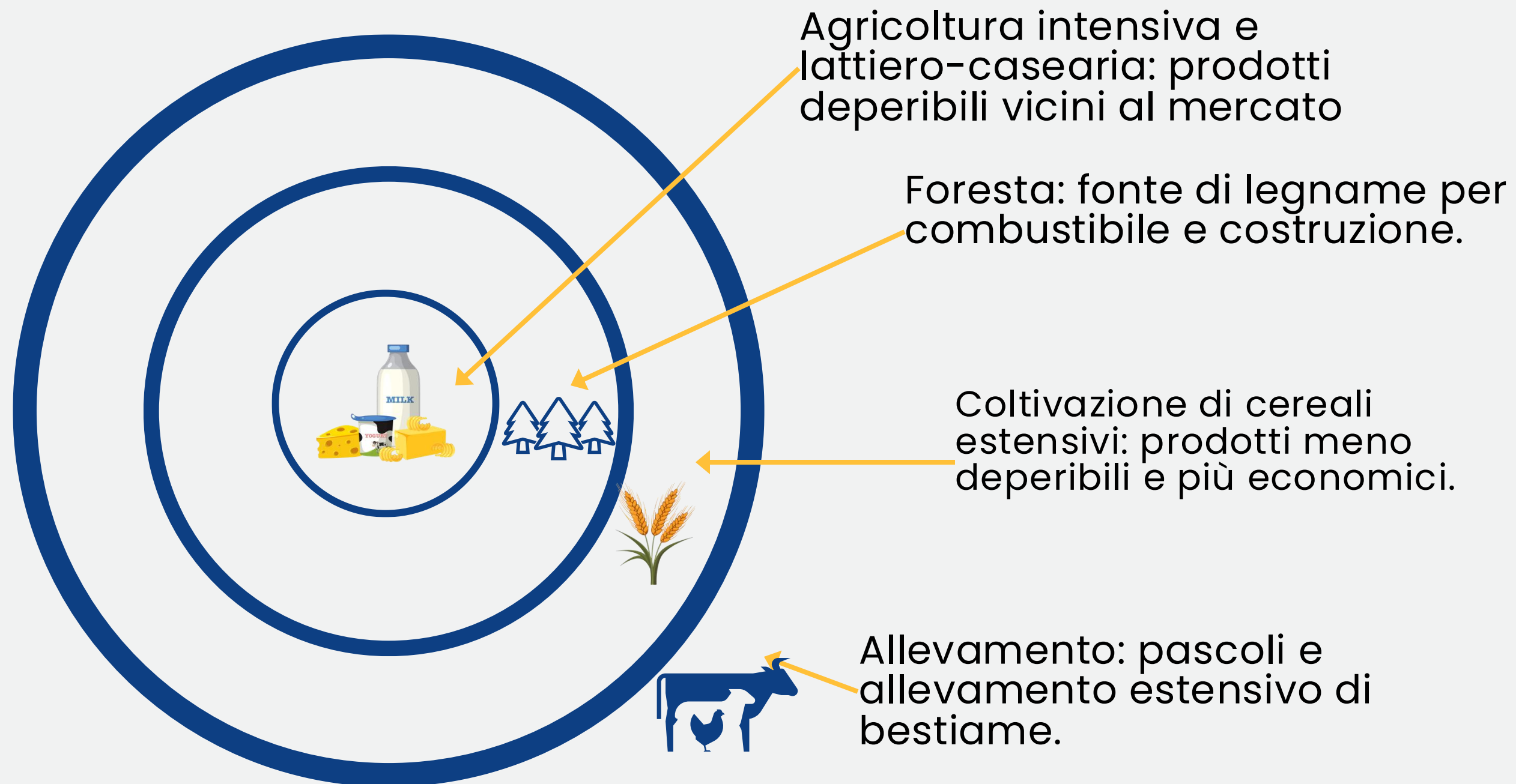
Il Diamante di Porter e i
fattori che influenzano
la localizzazione

Concentrazione
geografica delle imprese
per vantaggi competitivi

MODELLO CIRCOLARE DELLA LOCALIZZAZIONE ECONOMICA



- **Johann Heinrich von Thünen (1826), Teoria basata sul modello dell'agricoltura isolata.**
- Modello teorico per spiegare la distribuzione spaziale delle attività economiche.



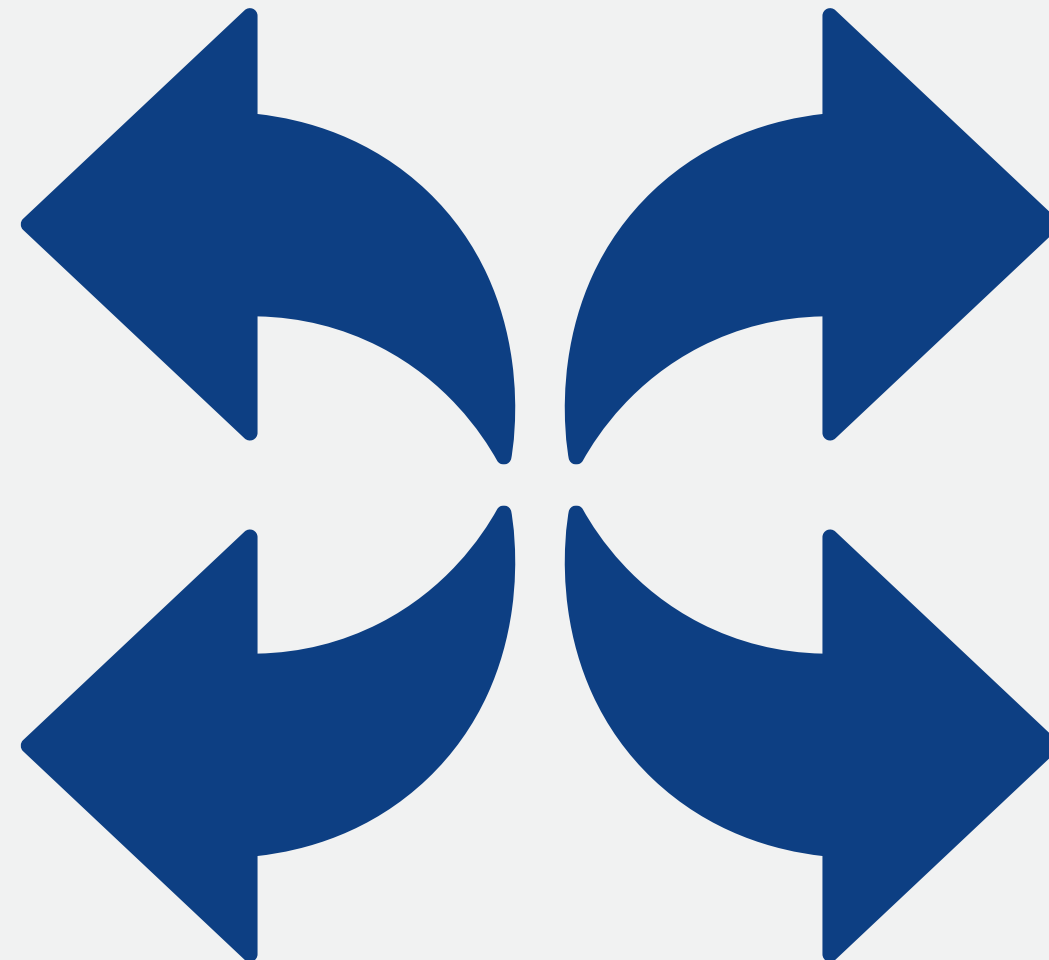


Assunzioni

Mercato centrale unico con area uniforme e costi di trasporto proporzionali alla distanza. La struttura prevede anelli concentrici: produzioni deperibili vicine al centro e meno deperibili lontano.

Implicazioni economiche

Localizzazione influenzata dai costi di trasporto e dal valore della terra, con terreni più costosi vicino al centro, e concentrazione di attività urbane e specializzazione agricola nelle aree rurali.



Critiche

Ipotesi semplicistiche che ignorano infrastrutture moderne, politiche economiche e la complessità delle interazioni economiche.

In sintesi

Il modello di von Thünen evidenzia il ruolo cruciale dei costi di trasporto nella distribuzione delle attività agricole e anticipa concetti chiave dell'economia spaziale e della geografia economica moderna.



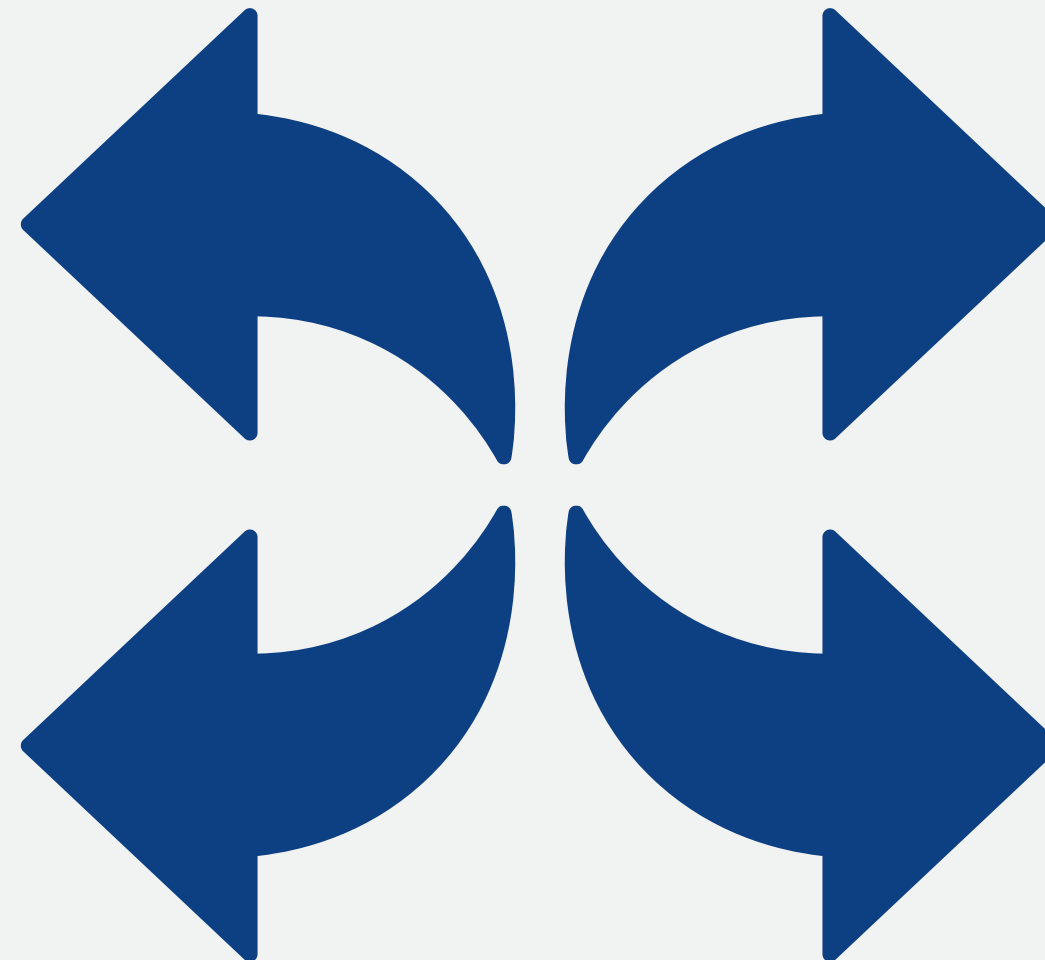
Obiettivo: Minimizzare la distanza tra materie prime e mercato.

CONTESTO

Individuare il sito ottimale per le attività industriali per minimizzare i costi di produzione.

FATTORI CHIAVE

- Costi di trasporto.
- Costi della manodopera.
- Effetti di agglomerazione.



COSTI DI TRASPORTO

Le industrie si localizzano vicino a:

1. Fonti di materie prime (quando il trasporto è costoso).
2. Mercato di vendita (per prodotti pesanti o voluminosi).

IN SINTESI

L'azienda può trasferirsi in aree con salari più bassi se i risparmi superano i costi di trasporto. Le "isodapane" mostrano come aumentano i costi di trasporto allontanandosi dal sito ottimale.

Cos'è un distretto industriale (Marshall)



Alfred Marshall



COS'È UN DISTRETTO INDUSTRIALE (A. MARSHALL)

- Insieme di PMI localizzate in un'area geografica ristretta, specializzate in una stessa filiera produttiva.
- Teorizzato da Alfred Marshall (Principles of Economics, 1890).
- Caratterizzato da interdipendenza tra imprese, cooperazione e competizione locale.

Caratteristiche dei distretti



**ECONOMIE ESTERNE DI
SCALA**



Specializzazione della
produzione in fasi e del
mercato del lavoro locale.



**CIRCOLAZIONE RAPIDA DELLA
CONOSCENZA (SPILLOVER)**



Flessibilità produttiva
attraverso la rete distrettuale

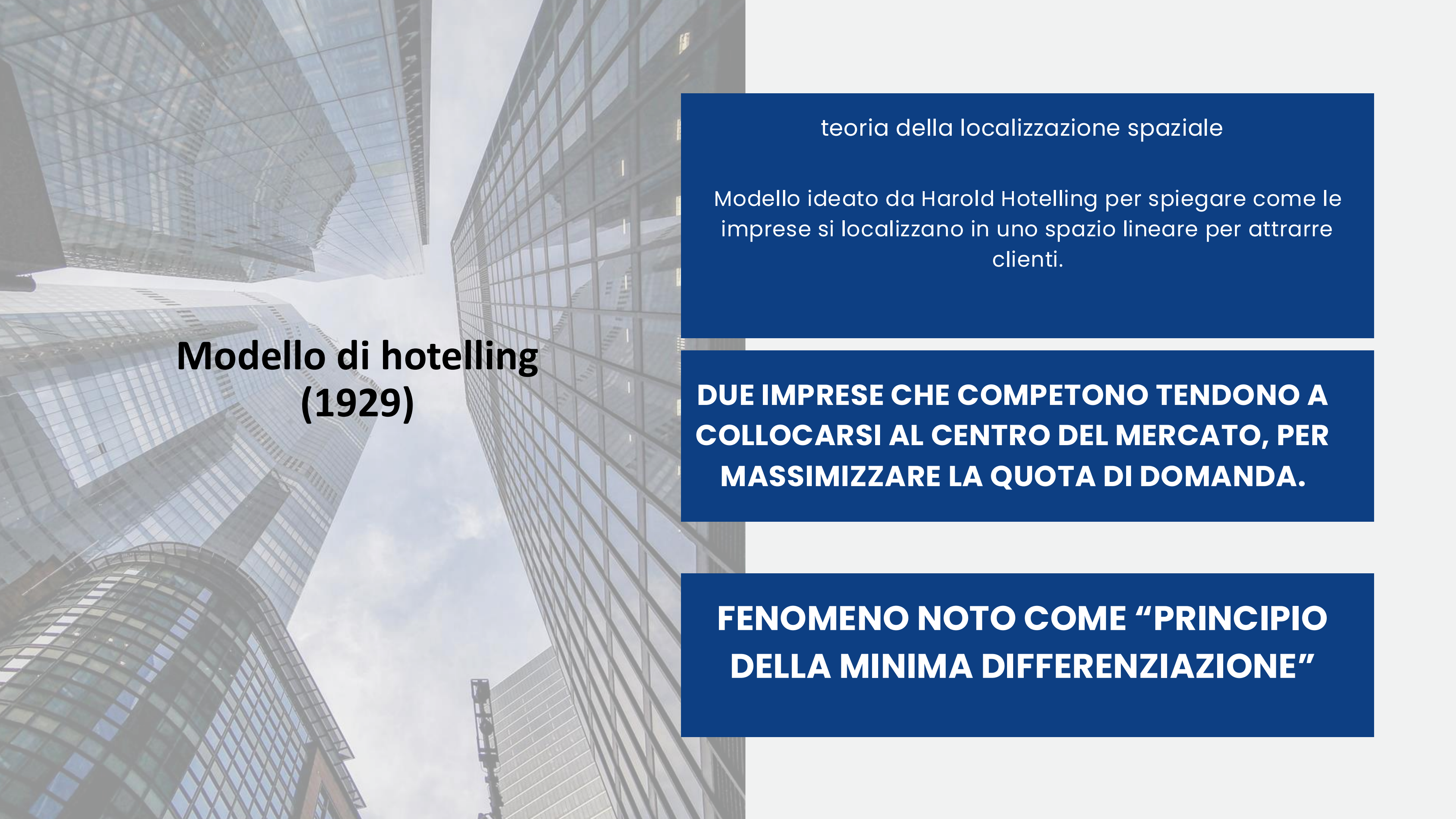


Impatti operativi sulla pianificazione aziendale

- Gestione ottimizzata della supply chain locale.
- Riduzione dei costi di produzione e transazione.
- Accesso facilitato a know-how e servizi specializzati.
- Sviluppo sostenibile integrato nel contesto territoriale.

DALLA RETE AL VALORE

Nei distretti industriali, la vicinanza tra imprese crea una filiera efficiente che ottimizza la supply chain e riduce i costi produttivi, relazionali e organizzativi. Questo ecosistema favorisce una pianificazione aziendale agile e innovativa, promuovendo modelli di sviluppo sostenibile che uniscono competitività economica e coesione sociale.



Modello di hotelling (1929)

teoria della localizzazione spaziale

Modello ideato da Harold Hotelling per spiegare come le imprese si localizzano in uno spazio lineare per attrarre clienti.

DUE IMPRESE CHE COMPETONO TENDONO A COLLOCARSI AL CENTRO DEL MERCATO, PER MASSIMIZZARE LA QUOTA DI DOMANDA.

FENOMENO NOTO COME "PRINCIPIO DELLA MINIMA DIFFERENZIAZIONE"

CRITICITÀ E INTERPRETAZIONI STRATEGICHE



Equilibrio non ottimale per i consumatori

aumenta la distanza per chi si trova ai margini.



Convergenza

La logica di "centrarsi" sui concorrenti può portare a convergenza strategica e perdita di differenziazione.



Lettura strategica

Il modello suggerisce l'importanza di scelte di localizzazione e posizionamento competitivo non solo geografiche, ma anche di marketing (prezzo, qualità, immagine).

IMPLICAZIONI PER LA PIANIFICAZIONE AZIENDALE

La localizzazione non è solo fisica: è anche strategica e percettiva.

Pianificare significa valutare trade-off tra prossimità alla concorrenza e differenziazione

In mercati saturi, la scelta distintiva può consistere nel non collocarsi al centro, ma nel trovare nicchie o punti di rottura.

Integrare l'analisi spaziale con logiche di branding, canali distributivi e segmentazione.

i fattori della localizzazione

FATTORI

ECONOMICI

Costi del lavoro,
incentivi fiscali,
infrastrutture

FATTORI

TECNOLOGICI

Innovazione,
digitalizzazione,
automazione

FATTORI POLITICI E NORMATIVI

Stabilità politica,
regolamenti,
politiche di
investimento

FATTORI

LOGISTICI

Vicinanza ai
mercati, trasporti,
supply chain

FATTORI

SOCIALI E

CULTURALI

Qualità della vita,
accettazione della
comunità locale



La localizzazione e la genesi dell'impresa

LA SCELTA DEL SITO PRODUTTIVO O COMMERCIALE È UNA DECISIONE STRATEGICA CRUCIALE PER UN'AZIENDA, INFLUENZANDO DIVERSI ASPETTI.



ACCESSIBILITÀ AI MERCATI E CLIENTI



COSTI DI PRODUZIONE E DISTRIBUZIONE



DISPONIBILITÀ DI RISORSE E INFRASTRUTTURE



●●● Caso Tesla - Gigafactory

QUANDO TESLA HA PRESO LA DECISIONE DI COSTRUIRE LA SUA PRIMA GIGAFACTORY PER LA PRODUZIONE DI BATTERIE AL LITIO, HA DOVUTO VALUTARE CON ATTENZIONE I SITI PIÙ IDONEI

L'AZIENDA HA CONSIDERATO DIVERSI STATI DEGLI USA, TRA CUI CALIFORNIA, TEXAS, ARIZONA E NEVADA, PRIMA DI OPTARE PER QUEST'ULTIMO.





I fattori chiave della scelta di tesla



APPROVVIGIONAMENTO

Il Nevada ha giacimenti di litio, essenziali per le batterie Tesla, abbattendo i costi di approvvigionamento.



INCENTIVI FISCALI

Il governo del Nevada ha proposto circa 1,3 miliardi di dollari in esenzioni fiscali e incentivi per favorire l'investimento



COSTI OPERATIVI PIÙ BASSI

Rispetto alla California, il Nevada presentava costi di manodopera, energia e affitti industriali più bassi.



LOGISTICA E ACCESSIBILITÀ

La vicinanza allo stabilimento Tesla di Fremont ha ridotto i costi di trasporto delle batterie.



DISPONIBILITÀ DI ENERGIA RINNOVABILE

Tesla mirava a una Gigafactory sostenibile e il Nevada offriva una buona esposizione solare per l'energia fotovoltaica.

● LA DELOCALIZZAZIONE

SPOSTARE LA PRODUZIONE ALL'ESTERO PER OTTIMIZZARE I COSTI.

COSTI MANODOPERA

ACCESSO NUOVI MERCATI

INCENTIVI FISCALI

**OTTIMIZZAZIONE SUPPLY
CHAIN**



● ● ● Delocalizzazione

La strategia di delocalizzazione di FIAT in Polonia ha rappresentato un caso emblematico di ristrutturazione industriale per migliorare efficienza produttiva, riduzione dei costi e accesso ai mercati dell'Europa centrale e orientale.





I fattori chiave della scelta di fiat



MANODOPERA

Manodopera più economica rispetto all'Italia



FISCALITÀ

Regime fiscale e incentivi governativi favorevoli



MERCATI

Vicinanza a mercati chiave (Germania, Francia, Europa dell'Est)



LOGISTICA E ACCESSIBILITÀ

Posizione strategica nel cuore dell'Europa



INVESTIMENTI E MODERNIZZAZIONE

Stabilimento di Tychy tra i più avanzati a livello globale

ERRORI COMUNI NELLA LOCALIZZAZIONE

Errori

Localizzatovi

Scelte sbagliate nella localizzazione possono causare gravi perdite, come dimostrato da aziende tessili italiane in Africa

Impatto

Infrastrutturale:

Le difficoltà logistiche legate a infrastrutture carenti hanno compromesso la competitività delle aziende in contesti instabili.

Instabilità

Politica:

Alcune aziende tecnologiche europee subiscono danni dovuti all'instabilità politica nei paesi dell'Europa orientale.

ESPANSIONE GEOGRAFICA DELLE IMPRESE

- Espansione Strategica: L'espansione geografica è vitale per sostenere la crescita e soddisfare le richieste di nuovi mercati.
- Bilanciare Costi e Prossimità: È fondamentale ottimizzare il rapporto tra vicinanza ai clienti e costi operativi nella localizzazione.
- Pianificazione Logistica: Una pianificazione logistica attenta consente di affrontare le sfide legate all'espansione geografica dell'azienda.

DELOCALIZZAZIONE: VANTAGGI E SVANTAGGI

- Vantaggi della Delocalizzazione: La delocalizzazione consente di ridurre i costi e accedere a nuovi mercati, aumentando la competitività.
- Difficoltà Logistiche: Le imprese affrontano sfide logistiche significative che possono compromettere l'efficienza operativa e la produttività.
- Implicazioni Reputazionali: La reputazione aziendale può essere danneggiata dalle pratiche di delocalizzazione legate a condizioni lavorative discutibili.

Nearshoring vs Delocalizzazione

- Vantaggi del Nearshoring: Il nearshoring riduce i tempi di trasporto e migliora la reattività rispetto ai mercati locali.
- Rischi della Delocalizzazione: La delocalizzazione espone le aziende a instabilità politica e difficoltà logistiche nei paesi lontani.
- Efficienza dei Costi: Il nearshoring può comportare costi operativi superiori, bilanciati dalla qualità e disponibilità delle risorse.



RESHORING E SOSTENIBILITÀ

- Reshoring e Qualità: Il reshoring migliora il controllo qualità, riportando la produzione nel mercato domestico per efficienza.
- Sostenibilità nel Reshoring: Le aziende come Whirlpool dimostrano che il reshoring può contribuire alla sostenibilità ambientale.
- Strategie Competitivi: Adottare strategie di reshoring favorisce competitività attraverso una gestione più diretta della produzione.

IMPATTO DELLA DIGITALIZZAZIONE

- Automazione e Localizzazione: L'automazione consente alle aziende di ottimizzare i processi, influenzando le decisioni sulla localizzazione operativa.
- Big Data e Strategie: I big data forniscono analisi approfondite, permettendo alle imprese di scegliere localizzazioni più strategiche.
- Riduzione dei Costi Logistici: Tecnologie digitali migliorano l'efficienza, abbattendo i costi di trasporto nelle scelte di localizzazione aziendale.

Tendenze Future nella Localizzazione

- **Integrazione della Sostenibilità:** L'integrazione delle pratiche sostenibili nelle strategie di localizzazione è cruciale per il successo futuro.
- **Ruolo della Digitalizzazione:** La digitalizzazione consente una gestione efficiente, ottimizzando le operazioni e migliorando la flessibilità aziendale.
- **Strategie Futuri Sinergiche:** Le aziende che uniscono sostenibilità e innovazione digitale possono ottenere vantaggi competitivi significativi.



Conclusioni e Riflessioni Finali

- Sintesi dei Temi: La presentazione ha esaminato fattori chiave, esempi di successo e tendenze future nella localizzazione d'impresa.
- Riflessione Strategica: Le scelte strategiche di localizzazione devono bilanciare costi, accessibilità e sostenibilità per garantire successo.
- Futuro della Localizzazione: Sostenibilità e digitalizzazione rappresentano leve fondamentali per il progresso nelle strategie di localizzazione nelle imprese.

