

Scuola  
Secondaria Superiore  
Repubblica San Marino

*Liceo  
Economico Aziendale*



# Liceo Economico Aziendale

Diploma  
equivalente a  
Ragioneria

L'indirizzo rilascia a San Marino il diploma equivalente al titolo di studio di Ragioniere e Perito Commerciale,

titolo riconosciuto nella Repubblica Italiana in base allo specifico accordo del 28 aprile 1983 e normativa successiva

Preparazione  
liceale

L'indirizzo ha materie tipicamente liceali (es. filosofia),

con il potenziamento di alcune programmazioni (matematica, lingue ecc..)



# FINALITA' EDUCATIVE GENERICHE

- Dare gli strumenti culturali e metodologici per comprendere la realtà.
- Sviluppare un atteggiamento razionale, creativo e critico di fronte alle varie situazioni.
- Fare acquisire conoscenze, abilità e competenze adeguate al proseguimento degli studi.
- Preparare all'inserimento nella vita sociale e nel lavoro.



# FINALITA' EDUCATIVE GENERICHE

- Sviluppare strutture concettuali generali per analizzare *istituti giuridici e i modelli economici* anche complessi ed avere gli *strumenti* necessari per *comprendere la società attuale* nei contesti *locali e nazionali ed internazionali*.



## FINALITA' EDUCATIVE SPECIFICHE

Formazione del cittadino in ambito economico-sociale.

Maturazione di valori ed atteggiamenti positivi in un ottica di cittadinanza attiva

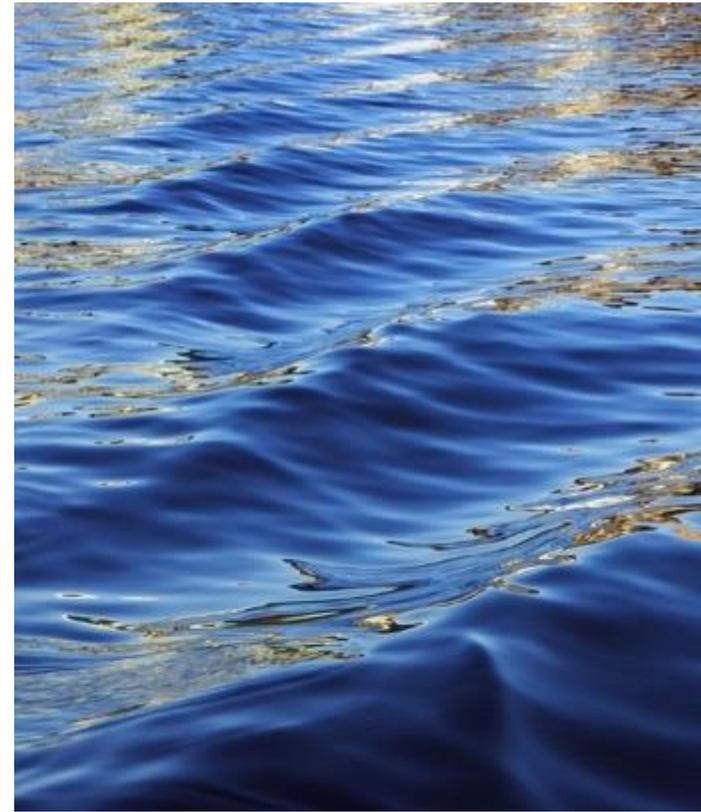
# PUNTI DI FORZA

Approfondimento delle  
conoscenze, delle abilità e delle  
competenze con il progetto di  
alternanza scuola-lavoro:  
gli STAGE



# Stage formativi

- Lo "Stage" è una vera e propria esperienza lavorativa che permette allo studente di testare le conoscenze scolastiche nel mondo del lavoro.
- E' determinante per mettere in pratica ciò che i professori insegnano a scuola, ma anche per confrontarsi con le imprese e capire il livello della propria preparazione.



# PROGETTO SCUOLA-LAVORO: STAGE





Classe: 3°  
Luogo: uffici pubblici  
Durata: 5 giorni



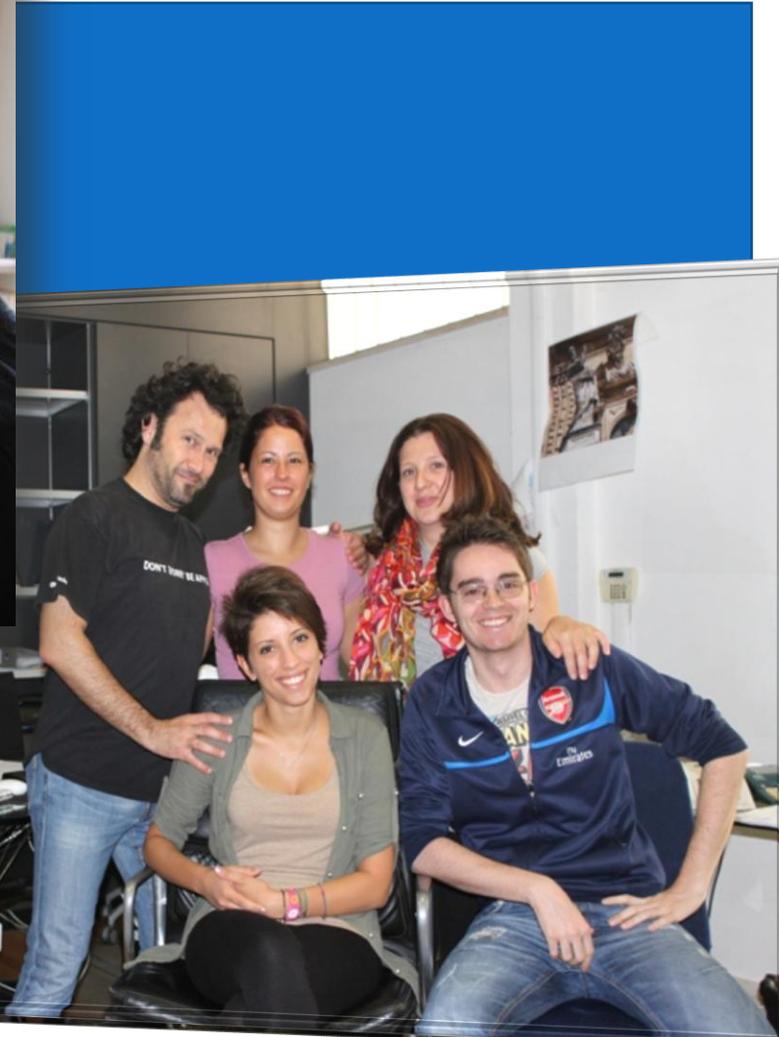
Classe: 4°  
Luogo: aziende private  
Durata: 12 giorni



Classe: 5°  
Luogo: studi professionali  
Durata: 5 giorni

# PROGETTO SCUOLA-LAVORO: STAGE

Pubblica Amministrazione  
Aziende private  
Avvocati e Commercialisti



# ALCUNE AZIENDE ADERENTI AL PROGETTO SCUOLA-LAVORO



# PUNTI DI FORZA

Collegamento con le istituzioni politiche, giuridiche, sociali ed economiche del paese, dell'Italia e dell'Europa

VISITE AZIENDALI

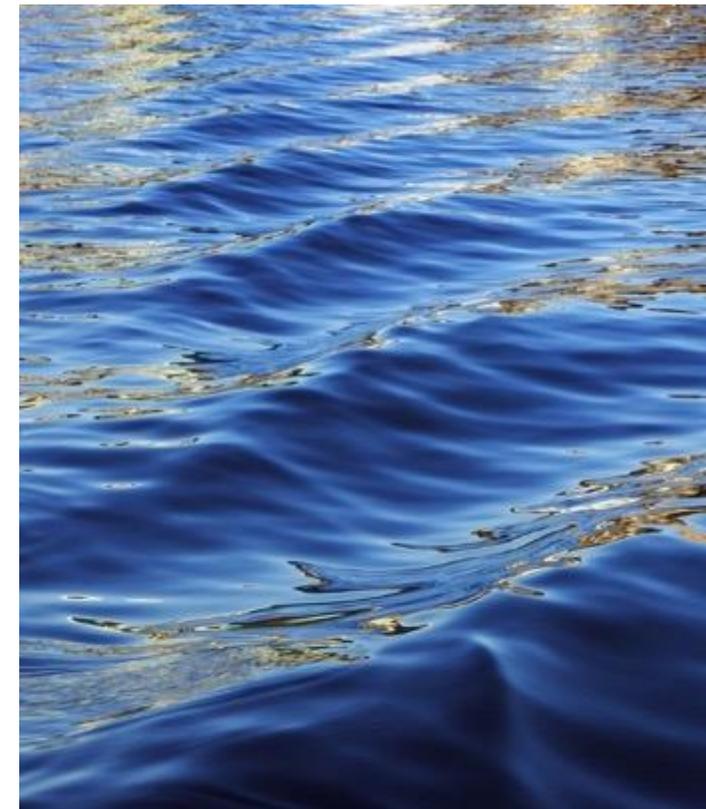
CONFERENZE

CONVEGNI

SEMINARI E LABORATORI

APPROFONDIMENTI SPECIFICI

DELL'INDIRIZZO



# CONFERENZE DOCENTI UNIVERSITARI



Collegamento con le istituzioni politiche, giuridiche, sociali ed economiche del paese, dell'Italia e dell'Europa

*LA LIBERTÀ DI CIRCOLAZIONE DEI CAPITALI: EUROPA E SAN MARINO –  
CIRRI UNIRSM : Marcello Forcellini  
classi IV-V*

*"La sicurezza sul lavoro e la cultura della legalità" a cura del  
Prof. Levi UNIRSM classi IV-V*

# CONFERENZE DOCENTI UNIVERSITARI

Collegamento  
con le istituzioni  
politiche,  
giuridiche, sociali  
ed economiche  
del paese,  
dell'Italia e  
dell'Europa

*Prof.ssa Lucia Serena Rossi  
Approfondimento sull'Unione Europea,  
valutazione degli aspetti positivi e delle  
criticità per San Marino*

*Seminario del prof. Zamagni :  
"Implicazioni socio-economiche  
delle tecnologie convergenti.  
Capitalismo e democrazia - IV  
rivoluzione industriale*



# CONFERENZE LEGATE AL MONDO ECONOMICO



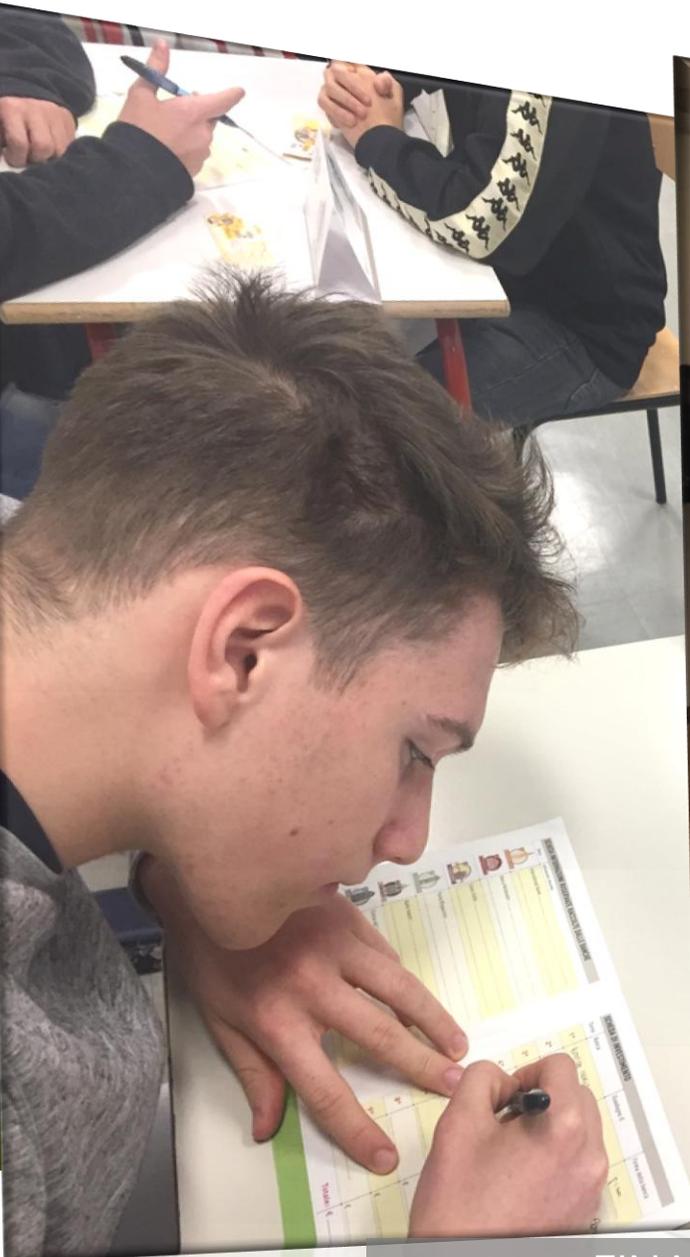
*Incontro con gli organizzatori di  
TEDxCittà di San Marino  
classi III- IV*

Collegamento  
con le istituzioni  
politiche,  
giuridiche, sociali  
ed economiche  
del paese,  
dell'Italia e  
dell'Europa



*Corpo della Gendarmeria:  
"la doppia faccia del  
Deep Web e del Dark Web"  
Blockchain e le Criptovalute"*

# LABORATORI A SCUOLA



FINANZA ETICA : Il gioco delle banche» classi II-III- conferenza per classi III – IV- V

# LEZIONI A SCUOLA DI ESPERTI DEL MONDO DEL LAVORO



Come nasce una start-up e come realizzare una impresa



“Premiati i giovani studenti del liceo economico che con "Spesami – la spesa che non pesa", si sono aggiudicati il primo posto del concorso "Startuppatti", presentato nelle scuole lo scorso 10 ottobre. Il contest aveva l'obiettivo di incentivare e stimolare le idee tra i giovani, incoraggiare l'imprenditorialità e diffondere i valori dell'economia positiva.

# APPROFONDIMENTI GIURIDICI ED ECONOMICI



*Palazzo Pubblico – classi III  
simulazione Iter legislativo:  
presentazione, discussione, approvazione  
promulgazione*



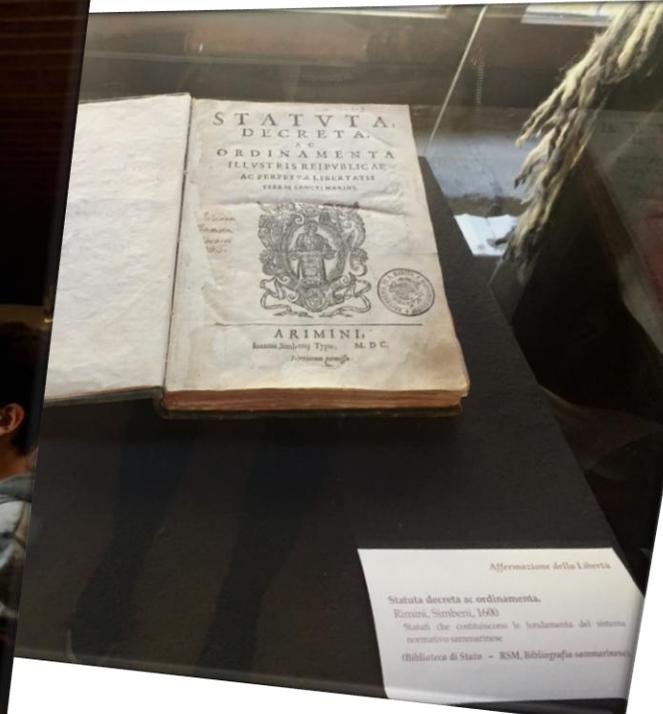
# APPROFONDIMENTI GIURIDICI ED ECONOMICI DELLA REALTA' SAMMARINESE



*Laboratorio di diritto Penale - CLASSI I per un approccio ai concetti di base del diritto penale con uscite di studio presso il Tribunale Commissariale Civile e Penale*



*Laboratorio di diritto - CLASSI I - III  
Visita alla mostra «Quid est Libertas»  
Visita All'archivio di Stato – Gli antichi Statuti e il Placito Feretrano*



*Affermazione della Libertà  
Statuta decreta ac ordinamenta.  
Rimini, Senebra, 1480  
Statuti che costituiscono le fondamenta del sistema normativo sammarinese  
(Biblioteca di Stato - RSM, Bibliografia sammarinese)*

# VISITE AZIENDALI



Sit Group



SCM Group - RIMINI



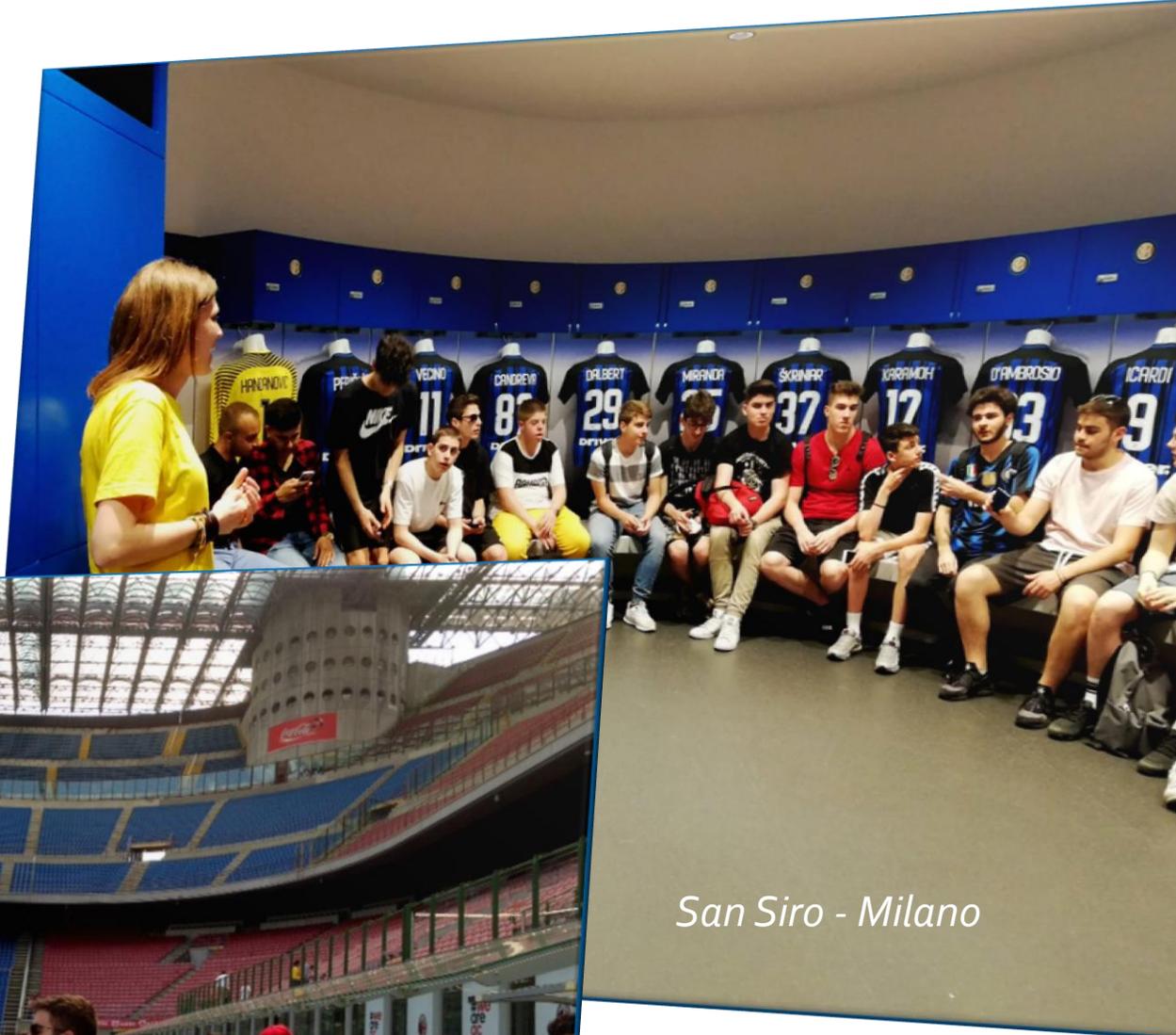
Automobili Lamborghini Spa



# USCITA DI STUDIO MILANO



Mediaset - Milano



San Siro - Milano



# USCITA DI STUDIO MANTOVA -TRENTO - VERONA



*ARCESE – Trasporti*



*Festival Economia - Trento*

# PROGETTO "QUOTIDIANO IN CLASSE"



# CULTURA FINANZIARIA A SCUOLA:

PER PREPARARSI A SCEGLIERE



PER PREPARARSI A SCEGLIERE

# LABORATORI ELETTIVI



## TEATRO

LINGUA CINESE

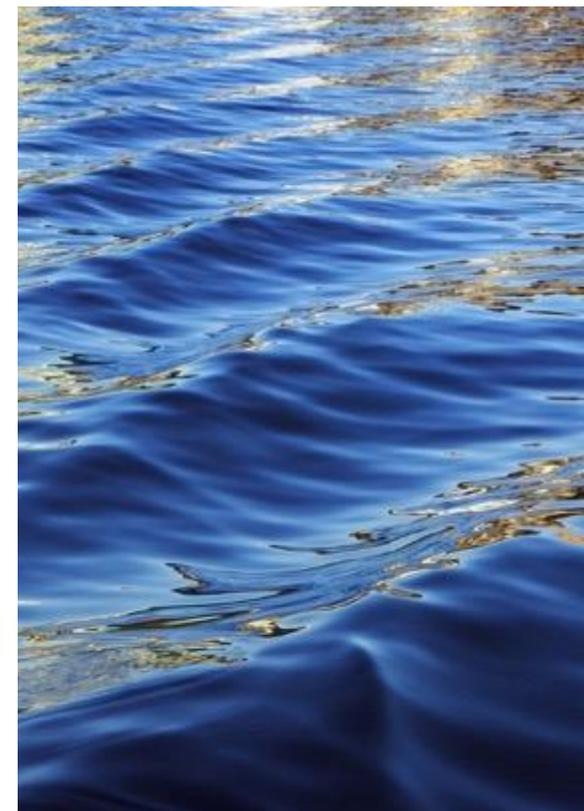
LINGUA SPAGNOLA

SCHOOL BAND



# PUNTI DI FORZA

La presenza di due lingue  
dell'Unione Europea  
INGLESE per tutti  
FRANCESE o TEDESCO  
a scelta  
LABORATORI  
USCITA DI STUDIO IN  
INGHILTERRA  
certificazioni PET e FIRST



# LINGUA INGLESE

*Soggiorno studio nel Regno Unito*



**Cambridge English  
Language Assessment**

Exam Preparation Centre

Sperimentazione  
plurilinguismo

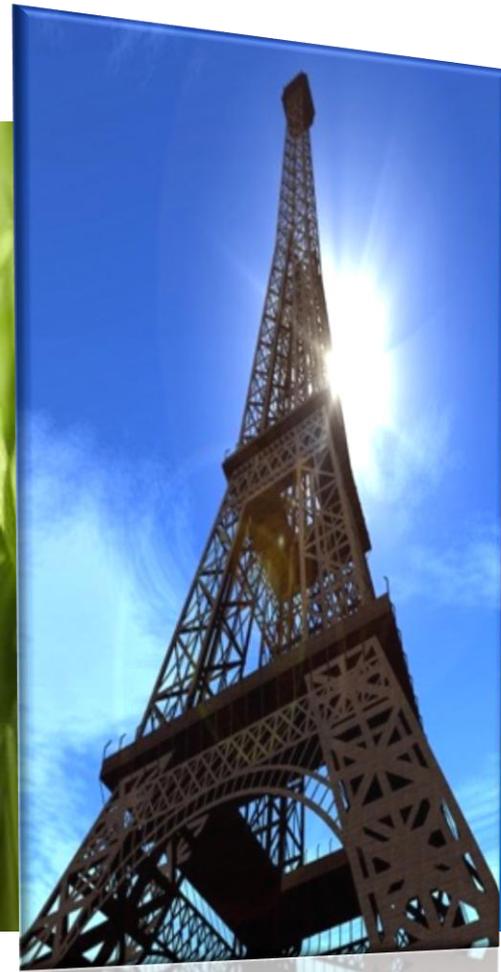
*Soggiorno presso le famiglie*

*Durata: 1 settimana*

*Frequenza*

*al mattino della scuola "English  
Language Center".*

# SECONDA LINGUA STRANIERA

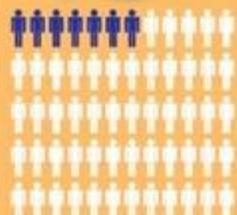


# FRANCESE O TEDESCO

## Le lingue più utili (dopo l'inglese)



1



**75 milioni**  
di locutori  
nel mondo



sono i paesi in cui  
si parla francese

2°

partner commerciale  
import / export dell'Italia



**Migliaia**

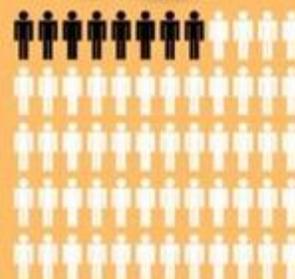


di aziende italiane lavorano  
con la Francia



Solo 24,2 %  
dei francesi  
parla  
inglese

2



**78 milioni**  
di locutori  
nel mondo



paesi in cui  
si parla tedesco

1°

lingua madre  
più parlata  
in Europa



1°

partner commerciale  
import / export :  
Germania



32% dei tedeschi  
parlano inglese

**170,000**



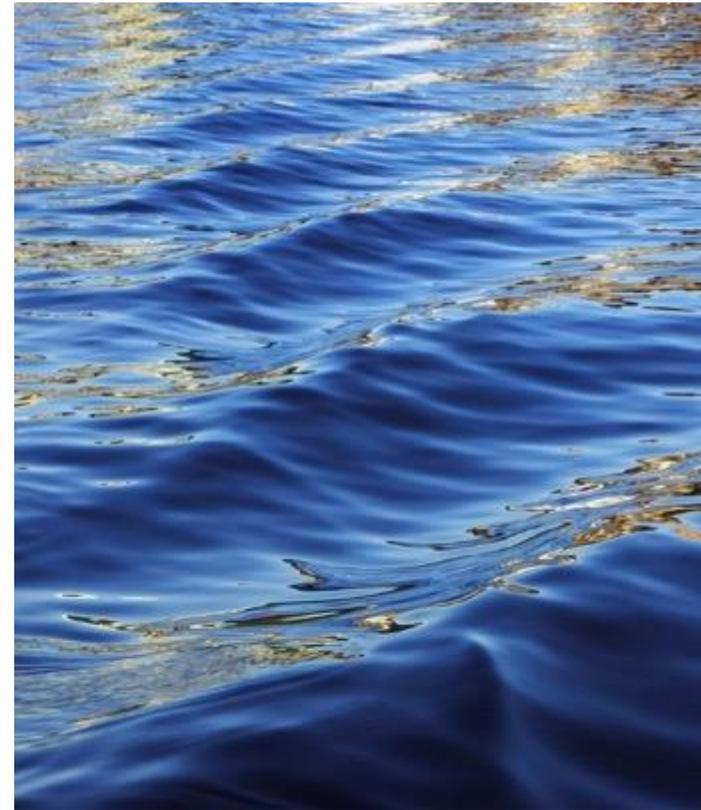
italiani lavorano in una  
delle 2000 aziende a capitale  
tedesco basate in Italia

# USCITA ALL'ESTERO 5° ANNO



# PUNTI DI FORZA

STUDIO COMPARATO  
DEGLI ASPETTI  
NORMATIVI E  
CONTABILI DELLA  
REALTA' ITALIANA E  
SAMMARINESE





## PUNTI DI FORZA

### SCEGLIERE LA SCUOLA A SAN MARINO

- Centro storico
- Vigilanza continua
- Classi con numero contenuto di studenti
- Maggior supporto nell'apprendimento da parte degli insegnanti



# QUADRO ORARIO



	1°	2°	3°	4°	5°
Italiano	5*	4	4	4	4
Storia	2*	2	2	2	2
Geografia	1	1			
Storia sammarinese	1	1			
Filosofia			2	2	2
Inglese	4	4	4	4	4
Religione	1	1	1	1	1
Matematica	4	4	4*	4*	4*
Elementi di fisica	2*	2			
Scienze	2	2			
Educazione fisica	2	2	2	2	2
Fondamenti di diritto ed econ.	2*	3*			
Diritto Civile			3	3	3
Economia Politica			3	3	3
Economia Aziendale		2*	6*	6*	6*
2° Lingua straniera	4	4	3	3	3
TIC	2*				
Totale ore settimanali	32	32	34	34	34

# Indirizzo Economico Aziendale

## QUADRO ORARIO

Discipline di indirizzo   anni	1°	2°	3°	4°	5°
Fondamenti di diritto ed economia	2*	3*			
Diritto Sammarinese e Diritto Civile, Commerciale e Pubblico			3	3	3
Economia Politica e Scienza delle Finanze			3	3	3
Economia Aziendale		2*	6*	6*	6*
2° Lingua straniera	4	4	3	3	3
Tecnologia dell'Informazione e della Comunicazione	2*				
Tot. ore settimanali	8	9	15	15	15

# Indirizzo Economico Aziendale



Contenuti e approfondimenti a carattere liceale.

# LABORATORI ELETTIVI

*"Il marketing turistico a scuola"*



*Il marketing*



*Il caso Apple*



*Il progetto turistico per RSM*

*"Sentinelle della legalità"*



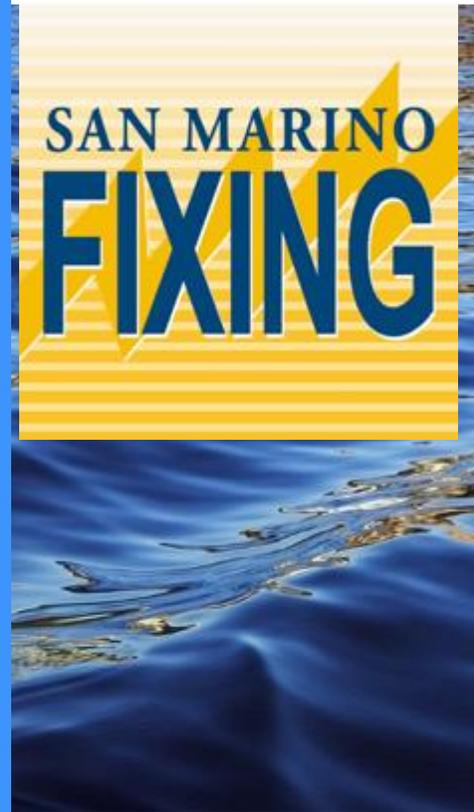


# LABORATORI ELETTIVI

«GIORNALISMO A SCUOLA»

CON SAN MARINO FIXING

SETTIMANALE  
ECONOMICO  
SAMMARINESE



consumatore



Cosa e quanto comprare?  
Dove andare in vacanza?  
Quanto risparmiare?

Diritto

«Dove c'è un insieme di persone  
c'è Diritto»

imprenditore



Cosa, quanto, come e per  
chi produrre?

stato



Quali servizi offrire?  
Come finanziarli?

Economia

«La scienza delle scelte...  
la scienza della scarsità...»

Resto del mondo



Cosa produrre  
internamente?  
Cosa esportare ed  
importare?

# Filosofia

Metodo di interpretazione della realtà che consente di coglierne la complessità.

“Nell’analizzare un’organizzazione umana, vi sono dati necessari a coglierne l’andamento (...), ma se vogliamo valutarne anche potenzialità, capacità di sviluppo, impatto sociale, i numeri cominciano ad avere un valore relativo e dovremo formulare valutazioni altre. (...) Management non significa solo competenze e procedure da applicare, regole da far rispettare, ma simboli da creare, una passione condivisa con l’universo aziendale, dare vita ad una storia condivisa che comprenda passione, creatività e progetto, ragione e sentimento, per costruire una identità, una storia collettiva che per proseguire nel tempo ha bisogno di fondarsi sul riconoscimento, fiducia e interesse materiale”.

*Tratto da Tre lezioni di filosofia del management  
Di Piero Pagnotta-Edizioni Nuova Cultura (e-book), 2013*



# Economia aziendale



# PROGETTI





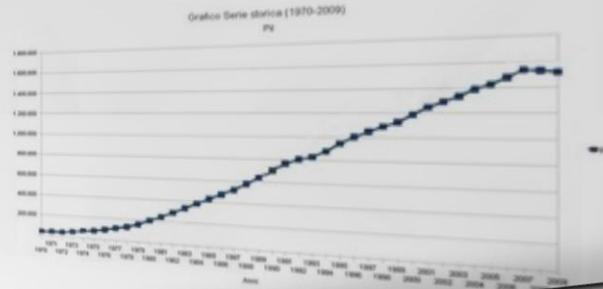
Analisi e commento  
dei documentari  
"Megafabbriche" su  
Focus Channel

# PRODOTTO INTERNO LORDO

IN ITALIA



## ANDAMENTO DEL PIL ITALIANO DAL 1970



## DISTRIBUZIONE PIL DEL 2013 NEI SETTORI PRODUTTIVI

Dal seguente grafico emerge che in riferimento alle variazioni sul PIL del 2012 nel 2013 il settore che ha subito un maggiore calo è l'industria.



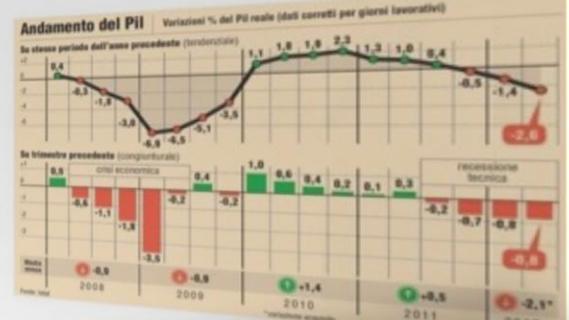
## ANDAMENTO STORICO PIL PROCAPITE

Come si vede dal grafico presentato, l'Italia ha avuto, come tante nazioni occidentali un grande sviluppo del PIL negli ultimi 150 anni, passando da un reddito attualizzato di circa 1.500 euro a testa nel 1861 a circa 25.000 euro nel 2011.



## PIL DURANTE LE DUE CRISI

L'effetto della crisi americana si è ripercosso negativamente sul PIL italiano dal 2008, inseguito dal 2010 è possibile notare una piccola ripresa che cessa a causa della seconda crisi che ancora tutt'oggi l'Italia sta vivendo.



## PIL ITALIANO IN RELAZIONE AD ALTRI STATI E ALL'EU27



## Il Pil per abitante

Il PIL pro capite italiano risente di una evidente divisione territoriale tra il Nord e il Sud. Il centro Nord gode di un PIL pro capite nettamente maggiore al Mezzogiorno dove la Calabria si trova all'ultimo posto con un reddito pari a euro 15.500 per abitante.

Regione	Pil per abitante (2013)
Bolzano	39.800
Val d'Aosta	36.800
Lombardia	36.300
Trento	33.600
Emilia-Romagna	32.500
Liguria	31.700
Lazio	30.200
Veneto	30.000
Toscana	29.000
Friuli-Venezia G.	28.600
Piemonte	28.500
<b>ITALIA</b>	<b>26.700</b>
Marche	24.900
Umbria	24.400
Abruzzo	23.000
Molise	18.800
Sardegna	18.800
Basilicata	18.300
Campania	17.000
Sicilia	16.500
Puglia	16.200
Calabria	15.500





**Dipendenti Volkswagen (in migliaia)**  
(Mitarbeiter in Tausend)

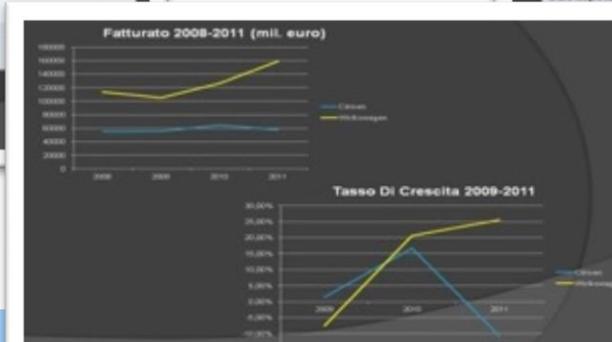
	2008	2009	2010	2011
Numero di dipendenti (Anzahl Mitarbeiter)	357	368	399	501

**CIFRE CHIAVE IN MIGLIAIA DI EURO**  
(Schlüsselzahlen in Millionen Euro)

	2011	2010	2009	2008
FATTURATO (Umsatz)	54 740	55 557	64841	57931
UTILE O PERDITA (Gewinn oder Verlust)	185	-683	-339	-857
NUMERO DI LAVORATORI (Anzahl Mitarbeiter)	117	117	107	

**Conto economico Volkswagen** (in milioni di euro)  
Gewinn- und Verlustrechnung (in Mio. EUR)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ricavi (Umsatzerlöse)	113.808	105.187	126.875	159.337	192.476	197.007
Variazione vendite in % (Umsatzveränderung in %)	4.51 %	-7.58 %	20.82 %	25.59 %	20.92 %	2.25 %
Utile dopo le imposte	4.753	960	6.935	15.400	21.717	9.066
Utile netto	15.36 %	-79.90 %	611.88 %	125.44 %	40.94 %	-58.25 %



# La nascita di Apple



Apple viene ufficialmente fondata il 1° Aprile 1976

## Gli inizi...



- Wozniak e Jobs si conoscono all'Università
- Progettano e costruiscono i primi Mac
- Ronald Wayne interviene come mediatore tra Wozniak e Jobs.

## Il prodotto Iphone

- Vasta gamma applicazioni → grande utilità
- Prodotti → venduti solo nei punti vendita specializzati
- ↓  
Sicurezza e affidabilità e consulenze pre e post vendita



## Il successo...

- Durante gli anni 80 Apple vende milioni di Macintosh.
- L'impatto sul mercato supera quello che ebbe la prima auto Ford nel '56



## Il target Iphone

Uomini e donne in carriera



per gestire e-mail, presentazioni e videoconferenze

Adolescenti



per la semplicità, la versatilità e lo svago

Mamme e papà



per l'intrattenimento dei bambini, le foto e la comunicazione



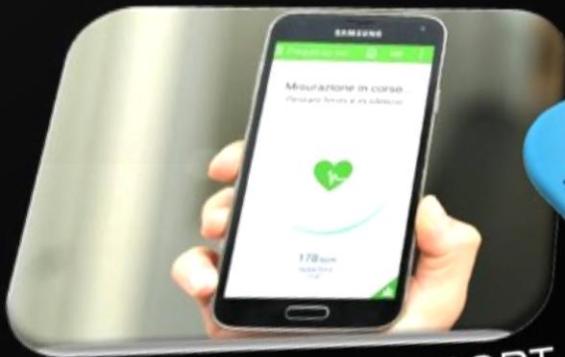
## Gli adolescenti scelgono Iphone

- Perché ha apps di ultima generazione.
- Per tenersi in contatto sempre ed ovunque con tutti gli amici.
- Per il design.
- Per essere parte di una community.



# SAMSUNG

Non teme qualche schizzo d'acqua



E' con te nello SPORT

Sa riconoscerti

Sa riconoscerti

THE HUMAN MEASURE.

We hope it's not patent protected.

PUBBLICITA' SAMSUNG



Samsung GALAXY S5

Let us skip the boring part.

SAMSUNG PER LE SUE STRATEGIE PUBBLICITARIE PUNTA SUL COINVOLGIMENTO DEI SENTIMENTI DEI CLIENTI

## Caratteristiche S5

Samsung Galaxy S5 e' lo smartphone top di gamma per il 2014:

- Sistema operativo semplice ed intuitivo (Android).
- Prestazioni elevate.
- Sensori aggiuntivi (cardiofrequenzimetro e riconoscimento impronte).
- Schermo Full HD, con diagonale da 5,1 pollici.
- Dispone di doppia fotocamera, 16 Mpx mette a fuoco l'immagine in appena 0,3 secondi.
- La fotocamera posteriore consente, inoltre, di registrare video Ultra HD (4K, migliore risoluzione in commercio).

### SAMSUNG

Schermo FULL HD



Fotocamera interna

Fotocamera esterna

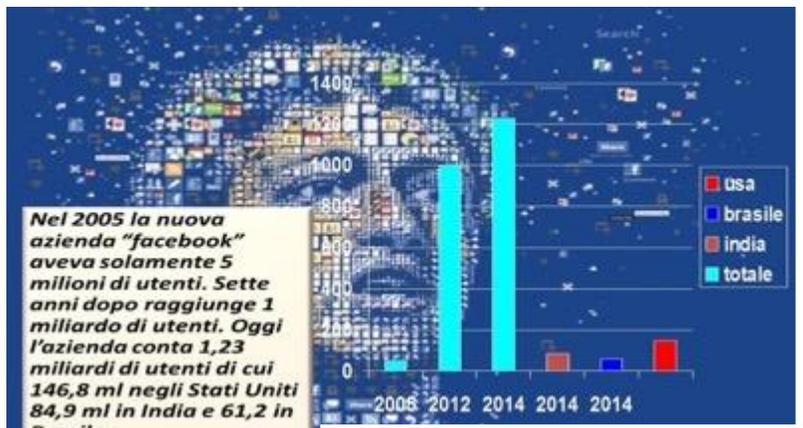
## "You've got to find what you love"

Steve Jobs, founder of Apple, said these words in 2005 during his famous speech in Stanford.

He tried to explain students that they have to do what they love in their life, because else they would never be happy.

When you are doing something you love and like, you will be successful at it and you won't have any problem doing it.

It is the key for happiness in life and you will never feel tired or bored!



### Il target Group

Filtri demografici e psicografici (come sesso ed età) basati sui dati degli iscritti permettono una notevole conoscenza del target a cui l'impresa ambisce

Facebook è in grado di darci informazioni sulle persone che lo utilizzano come età, sesso e situazione sentimentale iscritti

USA ■ INDONESIA ■ INDIA ■ BRASILE ■ MESSICO

**Settembre 2011**  
Introduzione del diario per «raccontare la storia della tua vita».

È caratterizzato da una grande immagine di copertina. In più, gli utenti possono effettuare videochiamate.

**2010**  
Ora le foto appaiono nella parte superiore della pagina. Introduzione delle «pagine Facebook».

**Facebook** →

Numero di dipendenti  
2009 → meno di 3000  
2014 → oltre 6300

**CONCORRENZA GOOGLE**  
Come riesce a farsi pagare e a guadagnare 1,5 mld (nel 2013)? Fornendo pubblicità mirata, destinata in modo specifico a te, a me... Mostrando a ciascuno proprio quello che è più probabile che voglia vedere.  
Chi già lo sa fare, in modo magistrale? Google, con il suo AdSense.

- Nel settembre del 2011 viene rilasciata su App Store la versione 2.0. Questo aggiornamento aggiunge all'applicazione nativa nuovi filtri, foto ad alta risoluzione, cornici opzionali, rotazione delle foto in un solo click ed una nuova icona

Dopo poche settimane dall'ultimo rilascio, l'app. ufficiale di Instagram è stata aggiornata alla versione 2.1 con importanti cambiamenti e una nuova grafica.



- Il 22 ottobre 2013, in occasione del Nokia World 2013, viene ufficializzata la versione di Instagram per Windows Phone.
- Il 20 novembre 2013 è stata pubblicata la versione Beta Instagram sul Windows Phone Store.
- Sempre nel 2013, Instagram viene completamente ridisegnata per iOS7.



Nuovo aspetto per il profilo utente subisce un restyling notevole che permette l'introduzione della voce dedicata alla Photo Map insieme ad una migliore visualizzazione delle foto

Instagram 2.1 introduce le seguenti novità:

# Instagram

- nuova interfaccia grafica più curata e moderna
- nuovi filtri, cornici ed effetti gratuiti
- migliorata la stabilità dell'app

Nell'Agosto del 2012 Instagram introduce l'aggiornamento 3.0:



- Dona alla geolocalizzazione una posizione predominante all'interno dell'app grazie alla Photo Map.



Anche la schermata per il caricamento delle immagini ha subito delle modifiche importanti. I tasti di share riportano i loghi dei social su cui condividere e l'area di testo in cui inserire le caption è migliorata.

Nel dicembre del 2013, Instagram si aggiorna alla versione 5.0



Ultima news quella che da la possibilità agli utenti di segnalare (per spam o altro) non solo i prof. utente che violano norme di copyright o di utilizzo di Instagram, ma anche singoli commenti posti in calce alle foto



Video di lunghezza massima di 15 secondi. Possibilità di interrompere e riprendere i video montando di fatto sequenze consecutive. 13 filtri esclusivi per i video. Possibilità di scegliere il fotogramma di anteprima del video. Funzione stabilizing integrata nella nuova modalità Cinema

# Case study: il Gruppo Piaggio in India

## RISVEGLIO DEI GIGANTI: L'INDIA

- L'India è da una parte un paese produttore, dall'altra un mercato gigantesco.
- Negli anni 90 i governi indiani abbandonarono l'orientamento politico che voleva l'economia regolamentata dallo stato. Ciò ha portato ad una crescita del PIL, ma anche ad un aumento delle disparità ed alla diminuzione della povertà.
- Nel 1947 fu abolita la questione delle caste sociali, ma tutt'ora sopravvivono nella mentalità comune e nella vita pratica.
- In India le aziende occidentali trovano un'elevata offerta di lavoro, ad un costo molto basso per le mansioni meno qualificate.



## IL CENTRO DI GRAVITÀ DELL'ECONOMIA SI SPOSTA VERSO ORIENTE

La globalizzazione ha contribuito a strappare i paesi dell'Est asiatico alla povertà, assicurando accesso ai mercati internazionali e alle tecnologie.

Lo sviluppo economico si è realizzato grazie al liberismo economico e a regimi politici autoritari (conflittualità sociale e politica molto limitata e basso costo del lavoro).

Nel 1997 le borse del Sudest asiatico subirono una grave crisi finanziaria che portò una forte disuguaglianza, corruzione, mancanza di trasparenza.



## DELOCALIZZAZIONE DEL GRUPPO PIAGGIO IN INDIA

"Investire qui, in India, non è delocalizzazione, è cogliere opportunità in un mercato emergente, i nostri mercati, le nostre imprese, le nostre università e i nostri centri di ricerca devono aprirsi ed imparare a interagire"

Romano Prodi



## I RISULTATI DELL'INVESTIMENTO INDIANO DELLA PIAGGIO

Lo stabilimento produttivo in India ha acquistato subito un'importanza quasi primaria per il Gruppo Piaggio già nei suoi primissimi anni di vita, tanto da costituirne oggi una gran parte degli investimenti totali.



## GRUPPO PIAGGIO IN INDIA

Settori: veicoli commerciali leggeri e dal 2012 anche nelle due ruote. La commercializzazione dei prodotti avviene grazie ad una rete di 340 grossisti, dei quali 290 per il business veicoli commerciali e 50 per le due ruote.

	2013	2012
Volumi di vendita (unità/000)	38,9	25,7
Fatturato (€/mln)	24,1	17,3

## STRATEGIE

Rafforzamento della leadership nel mercato europeo e indiano di motori e veicoli commerciali leggeri.

Crescita nei mercati asiatici

Aumento dell'efficienza operativa nei processi e focus sulla produttività



Conto Economico			
Chiusura Periodo			
		29/04/2012	01/04/2011
Utile netto		42.278.000	40.893.000
Costo del venduto		33.415.000	33.112.000
Utile lordo		8.863.000	7.781.000
Spese gestione operativa			6.726.000
Ricerca e sviluppo			
Spese generali e amministrative			
Non ricambiata		(239.000)	
Altri		100.000	
Totale spese gestione operativa			
Utile o perdita d'esercizio		8.624.000	
Utile da attività operative in esercizio			
Utile da attività operative nelle			
USI ai fini di interessi e imposte			
Spese per interessi		9.629.000	
Imposte sul reddito		389.000	
Partecipazione di minoranza		9.260.000	
Utile netto da attività operative in esercizio		3.007.000	
Utile netto da attività operative in esercizio		(491.000)	
Spese non ricorrate			
Discondizioni Operative		6.308.000	
Voci straordinarie			
Effetto dei cambi contabili			
Altri voci			
Utile netto			
Utile netto applicabile ad azioni o debiti		5.662.000	

The Walt Disney Company (DIS)			
Flusso di Cassa			
Chiusura Periodo		29/04/2012	01/04/2011
Utile netto		5.662.000	4.867.000
Variazioni da attività operative			
Ammortamento		1.927.000	1.841.000
Riduzione svalutazione netto		997.000	1.034.000
Variazioni nel credito verso clienti			1.713.000
Variazioni nelle passività		(108.000)	818.000
Variazioni nelle scorte		(850.000)	(898.000)
Variazioni in altre attività operative		18.000	505.000
Totale flussi generati da attività operative		(151.000)	(127.000)
Attività d'investimento, flussi di cassa forniti da o utilizzati in:		7.906.000	6.994.000
Spese in conto capitale			
Investimenti		(3.784.000)	(2.558.000)
Altre fonti di cassa da investimenti		(975.000)	(2.110.000)
Totale flussi generati da attività d'investimento		(3.759.000)	(4.668.000)
Attività finanziarie, flussi di cassa forniti da o utilizzati in:		14.759.000	(3.286.000)
Dividendo liquidato			
Vendita/acquisto di azioni		(1.078.000)	(758.000)
Riduzione debito netto		(2.007.000)	(853.000)
Altre fonti di cassa da attività finanziarie		424.000	(3.865.000)
Totale flussi generati da attività finanziarie		(326.000)	(4.916.000)
Effetto dei tassi cambiati in Borsa		(2.985.000)	(293.000)
Cambia in liquidità ed equivalenti		202.000	(195.000)



Variation delle azioni Walt Disney			
Da Aprile 2008 ad Aprile 2013.			
Indice di profitto (EPS)	13,07%		
Indice di redditività (ROE)	20,74%		
Indice di liquidità (Liquidity)	7,19%		
Indice di solvibilità (Solvency)	14,71%		
Indice di redditività (EPS)	42,24mld		
Indice di redditività (EPS)	23,95		
Indice di redditività (EPS)	5,39%		
Indice di redditività (EPS)	18,98mld		
Indice di redditività (EPS)	16,98mld		
Indice di redditività (EPS)	5,80mld		
Indice di redditività (EPS)	3,10		
Indice di redditività (EPS)	-5,60%		
Indice di redditività (EPS)	3,21mld		
Indice di redditività (EPS)	1,79		
Indice di redditività (EPS)	17,48mld		
Indice di redditività (EPS)	40,25		
Indice di redditività (EPS)	0,99		
Indice di redditività (EPS)	22,79		

### COME SONO VARIATI I DIVIDENDI?

VALORI	Data	Apertura	Massimo	Minimo	Chiusura	Volume	Chiusura aggiustata*
	06/04/2012						
	14/04/2011				0,75 Dividendo		
	09/04/2010				0,6 Dividendo		
	1/04/2009				0,4 Dividendo		
	11/04/2008				0,35 Dividendo		
	05/04/2007				0,35 Dividendo		
	13/04/2006				0,35 Dividendo		
	08/04/2005				0,30572 Dividendo		
	08/04/2004				0,26627 Dividendo		
	1/04/2003				0,23669 Dividendo		
	11/04/2002				0,2071 Dividendo		
	06/04/2001				0,2071 Dividendo		
	06/04/2000				0,2071 Dividendo		

\* Prezzo di chiusura aggiustato per dividendi e split.

Una diversificazione correlata risulta strategicamente interessante quando consente all'impresa di distribuire i rischi degli azionisti su di una base di attività più ampia e di cogliere i benefici di carattere competitivo...

... Ma per produrre valore aggiunto, un'iniziativa di diversificazione deve superare i seguenti test:

- **Test di attrattività:** Il settore in cui l'impresa intende entrare deve essere abbastanza attraente da generare una buona e costante redditività del capitale presentando condizioni competitive.
- **Test del costo di entrata:** I costi dell'ingresso nel settore non devono essere troppo elevati da impedire il raggiungimento di una buona redditività.
- **Better-off test:** È necessario scegliere un settore che permetta il miglioramento della performance delle attività esistenti e del nuovo business attraverso un'azione sinergica in modo tale da creare un valore aggiunto per gli azionisti che sia superiore alla somma dei singoli business (1+1=3).



### TEST DI ATTRATTIVITA'

Il settore dei parchi di divertimento, negli anni '50, era frammentato e degradato. Le società appartenenti a questo settore avevano pochissimo potere ed erano preoccupate per il recente declino subito dai parchi di divertimento tradizionali.

In questo scenario la Walt Disney è stata in grado di superare le difficoltà e di garantirsi un vantaggio competitivo grazie alla creazione di parchi a tema.

### Test del costo di entrata

Questa era, forse, la componente più debole nella realizzazione di Disneyland. Il progetto comportava elevati costi fissi ed era necessario reprimere lo scetticismo del pubblico. Tuttavia, Disney ha affrontato questo con l'aspettativa giusta, e cioè, facendo in modo che i costi fissi fossero inferiori rispetto ai profitti attesi.



	2010	var %	2011	var %	2012
Totale Ricavi	12.200,00	10,84	13.535,00	11,87	15.115,00
Margine Operativo Lordo	1.164,00	9,58	1.284,00	10,19	1.400,00
Esibite margin	9,54	—	9,34	—	9,83
Risultato Operativo	894,00	13,09	1.011,00	-6,00	920,00
EBI Margin	7,33	—	7,47	—	6,99
Risultato Ante Imposte	606,00	15,01	927,00	-4,20	811,00
EBI Margin	6,61	—	6,86	—	5,83
Risultato Netto	565,00	17,96	670,00	-21,79	524,00
E-Margin	4,86	—	4,95	—	3,47
FFV (Cash)	221,00	-140,72	-60,00	307,78	-448,00
Pilastro Netto	4.623,00	15,31	5.331,00	-0,78	5.291,00
Capitale Investito	1.024,00	9,40	9.446,00	-6,46	—
ROE	12,29	—	12,57	—	—
ROI	16,46	—	19,29	—	—

### BILANCIO ADIDAS GROUP

**Adidas è un gruppo industriale multinazionale a base tedesca, specializzato nella produzione di articoli sportivi per coloro che praticano attività sportiva in modo dilettantistico e in modo professionale.**



Alla morte di Adi, la società è stata guidata dalla moglie, dal figlio e dalle figlie di quest'ultimo, che hanno traghettato l'azienda verso l'attuale assetto. Nel 1995 la Adidas è entrata in borsa quotandosi a Parigi e Francoforte sul Meno.

Nel 1997 Adidas ha acquisito Salomon Group ed i suoi marchi Salomon, TaylorMade, Mavic and Bonfire, la nuova azienda ha assunto il nome di Adidas-Salomon AG.

Nel gennaio 2006 il gruppo ha acquisito anche la marca Reebok. Inoltre la Adidas è da tempo il fornitore dei palloni usati nel campionato mondiale di calcio, nel campionato europeo di calcio, nella coppa d'Africa e in varie competizioni calcistiche.

Nel novembre 2011 Adidas ha acquistato l'azienda di scarpe di arrampicata e mountain bike Five Ten.




L'Adidas fu fondata ufficialmente nel 1948 da Adolf "Adi" Dassler, fratello di Rudolf Dassler fondatore della Puma, che la battezzò con il suo soprannome e una parte del cognome (**Adi e Dassler**). Era un fervente nazista. Adolf Dassler aveva iniziato a produrre le sue prime scarpe sportive al termine della prima guerra mondiale, aiutato dal padre e dai fratelli Zehlein e Rudolf.

L'azienda ottenne subito un grande successo e guadagnò la ribalta internazionale già durante i Giochi olimpici del 1936 equipaggiando Jesse Owens.



### LA NOSTRA MISSION



L'Adidas Group si impegna per diventare il leader globale dell'industria sportiva con firme costruite su una passione per lo sport.

**Ci impegniamo a rafforzare continuamente i nostri marchi e prodotti per migliorare la nostra posizione competitiva.**

**Siamo leader innovativi** e cerchiamo di aiutare gli atleti di tutti i livelli a raggiungere le massime prestazioni con ogni prodotto che portiamo sul mercato.

**Siamo consumatori concentrati** e quindi costantemente impegnati a migliorare la qualità, a perfezionare l'immagine dei nostri prodotti e le nostre strutture organizzative per soddisfare e superare le aspettative dei consumatori.

**Siamo un'organizzazione globale** che è socialmente ed ecologicamente responsabile, che abbraccia la creatività e a diversità ed è finanziariamente gratificante per i nostri dipendenti e azionisti.

**Siamo impegnati a fornire costantemente eccellenti risultati finanziari.**



# Il marketing le fasi del suo sviluppo

Funzioni del marketing

- Favorire il funzionamento e la crescita dell'azienda
- Fare conoscere ai consumatori prodotti e servizi per le loro esigenze
- Fare conoscere all'azienda i bisogni dei consumatori

Orientamento alla produzione

Orientamento alle vendite

Orientamento al mercato

Orientamento al marketing

I consumatori richiedono gli stessi prodotti quindi il marketing ha l'obiettivo di aumentare la produzione

Si ha un eccesso di produzione è necessario distribuire in massa i vari prodotti quindi il marketing è orientato allo sviluppo delle vendite

Il consumatore è diventato più responsabile ed esigenze quindi il marketing deve tenere conto dei bisogni del consumatore

Il marketing è influenzato dai cambiamenti dei bisogni dei comportamenti dei clienti e dei concorrenti. Il marketing diventa totale perché assume la funzione di controllo dell'azienda e pianifica l'attività operativa dell'azienda.



In seguito è necessario combinare gli elementi del marketing mix (le 4 "P"):

- product (prodotto)
- promotion (promozione)
- price (prezzo)
- place (distribuzione)

Per ottenere buoni risultati occorre considerare:

- ambiente
- risorse



# EDUCAZIONE ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE

*“L’umanità ha la possibilità di rendere sostenibile lo sviluppo, facendo sì che i bisogni dell’attuale generazione vengano soddisfatti senza compromettere le capacità di quelle future di realizzare i propri bisogni”.*

SCUOLA SECONDARIA SUPERIORE  
Liceo Economico Aziendale  
Repubblica San Marino

Approccio sistemico: aspetti diversi di un’unica realtà



SCUOLA SECONDARIA SUPERIORE  
Liceo Economico Aziendale  
Repubblica San Marino

Capacità di preservare nel tempo le funzioni dell’ambiente

SOSTENIBILITA’  
AMBIENTALE

Fornitore di risorse

Ricettore di rifiuti

Fonte diretta di utilità

SCUOLA SECONDARIA SUPERIORE  
Liceo Economico Aziendale  
Repubblica San Marino

Capacità di garantire condizioni di benessere umano

SOSTENIBILITA’  
SOCIALE

Sicurezza e  
Diritti Umani

Salute

Istruzione

SCUOLA SECONDARIA SUPERIORE  
Liceo Economico Aziendale  
Repubblica San Marino

Capacità di generare sostentamento rispettando i diritti umani

SOSTENIBILITA’  
ECONOMICA

Reddito

Lavoro

Combinare efficacemente  
le risorse

SCUOLA SECONDARIA SUPERIORE  
Liceo Economico Aziendale  
Repubblica San Marino

# I NOSTRI STUDENTI ED EX STUDENTI

