

Tempo di lettura: 1 min

Autore:

TESI DI LAUREA: La partnership strategica fra imprese ed enti non profit come fonte di vantaggio competitivo

CREATORIdiFUTURO.it



**POLITECNICO
DI MILANO**

Politecnico di Milano – Facoltà di ingegneria dei sistemi
Corso di Laurea Ingegneria Gestionale
Anno Accademico 2009 – 2010

**La partnership strategica fra imprese ed enti non profit come
fonte di vantaggio competitivo**

Tesi di Laurea Specialistica di Caracciolo Lagrotteria –
Relatore Prof. Paolo Maccarrone

A questo [link, il testo integrale](#) della Tesi (235 pagine), qui
di seguito, il **sommario della tesi:**

SOMMARIO

La seguente trattazione si propone di approfondire i vantaggi competitivi ottenibili dall'impresa che intraprende pratiche di CSR in forma di partnership strategica con un ente non profit. Analizzando la letteratura esistente in materia e conducendo una ricerca esplorativa, attraverso lo studio di casi reali di collaborazioni, l'alleanza strategica con il Terzo Settore verrà delineata come uno strumento competitivo, in grado di conciliare efficacemente le istanze socio-responsabili con il fine ultimo dell'impresa, ossia la creazione di valore per i soci/azionisti in modo duraturo nel tempo. Nella fattispecie, si indagheranno le modalità gestionali critiche della collaborazione e come il loro presidio sia fonte di valore economico.

La partnership tra profit e non profit si sta rivelando un fenomeno sempre più diffuso, che sovente le imprese sviluppano e comunicano all'esterno, in quanto elemento funzionale ad un efficiente ed efficace raggiungimento degli obiettivi socio-ambientali. Se la collaborazione si lega al core business aziendale e impatta in modo consistente sui suoi processi, si configura allora come "strategica", divenendo in grado di apportare benefici competitivi al business dell'impresa, a patto che risulti

CREATORIdiFUTURO.it

correttamente impostata e governata nelle sue leve gestionali più critiche.

A partire dai contributi più significativi in materia, si provvederà allo sviluppo di un framework teorico che metta in evidenza i legami esistenti fra modalità di conduzione della partnership strategica e benefici competitivi ottenibili dall'impresa.

Grazie all'analisi empirica, sarà quindi possibile colmare i gap presenti in letteratura, relativi ai driver di gestione delle alleanze e al loro impatto specifico sulla competitività. Si farà riferimento allo studio di quattro casi di partnership strategica intraprese da aziende italiane ed organizzazioni non profit, approfondite attraverso la conduzione di interviste ai vari soggetti coinvolti, sia dal lato profit che non profit.

Parole chiave: *competitività; non profit; CSR; partnership; social partnership*