

Glossario generale di Convergenze

Istruzioni per l'uso del glossario: le parole sottolineate indicano la presenza di un link interattivo. Cliccare sulla parola sottolineata per andare alla pagina di collegamento. Per tornare alla pagina visualizzata in precedenza, utilizzare il menù di Adobe Reader: "Vista" > "Navigazione pagine" > "Vista precedente". Per altri programmi di visualizzazione del glossario, i menù possono avere diciture diverse.

Legenda: V. + voce oppure voce + (v.) = vedi la voce indicata

3 x 2. V. Offerta speciale.

a v. A vista

A buon mercato. A un prezzo conveniente.

A.R. Avviso o ricevuta di ritorno

a/F A mezzo Ferrovia/per Ferrovia

ABI. (Associazione Bancaria Italiana). Rappresenta la categoria delle aziende di credito nei confronti del Governo e della Banca d'Italia.

Abilità. a) Capacità e idoneità a fare qualcosa in modo valido e soddisfacente. b) Bravura.

Above the line. V. Promozione above the line.

Accendere. Nel senso di "aprire", es. "accendere un mutuo" significa sottoscrivere un contratto di mutuo.

Accettazione. L'atto di accettare, es. *vogliate rispettare firmata l'allegata accettazione*.

Accoglienza. V. Servizi di accoglienza.

Accoglienza dello straniero. V. Permesso di soggiorno.

Accordare. Concedere, es. *la banca ci ha accordato una dilazione di pagamento*.

Account pubblicitario. Figura professionale che promuove le vendite, ma intuisce per primo le esigenze del cliente e dà input ai creativi.

Accreditare. Segnare a credito, es. *Vi abbiamo accreditato Euro 500 sul Vs. conto n. ...*

Accredito. Accredito, operazione contabile con la quale si segna a credito una somma. V. Addebito.

Acculturazione. I processi di trasformazione e adattamento che intervengono in ogni cultura quando due o più gruppi, ognuno dei quali dotato di modelli culturali e comportamentali specifici, entrano in relazione.

Acquirente (buyer). Chi acquisisce, chi compra, il compratore (v).

Acquisto d'impulso. Acquisto non programmato, effettuato in base a uno stimolo improvviso che non tiene conto della convenienza e dell'utilità.

Acronimo. Nome costituito dalla lettera o dalle lettere iniziali di uno o più parole. Ad es. FIAT è l'acronimo di Fabbrica Italiana Automobili Torino.

Action Learning. Apprendimento dall'azione. Una modalità complessa e innovativa di impostazione di programmi di educazione manageriale basati su compiti e obiettivi organizzativi reali.

Activation research. Inchiesta fra i consumatori per scoprire l'incidenza di una determinata pubblicità sull'acquisto del relativo prodotto.

Addebito. Addebitamento, operazione contabile con la quale si attribuisce un debito. V. Accredito.

Addetto al custom care. Professionisti quali l'Operatore di *call-center*, il Tecnico del *front-line*, l'Addetto assistenza in linea alla clientela.

Addetto alla contabilità generale. Chi si occupa di eseguire la registrazione e la documentazione di ogni movimento contabile.

Addetto alle casse. Cassiere/a.

Addetto alle vendite. Commesso/a.

Adiconsum. Associazione di Consumatori costituita nel 1987.

Advertising. V. Pubblicità.

Aeroporto/aerostazione. Area attrezzata per l'arrivo e partenza di aerei.

Affari elettronici. In genere, tutte le attività di interesse economico che possono svolgersi attraverso Internet e altre reti telematiche. Da distinguere dall'e-commerce (v.).

Affiancamento. Forma di sostegno data a un candidato neoassunto consistente nella presenza al suo fianco di un collega più esperto per un determinato periodo, avente compito di facilitare il suo inserimento lavorativo e di colmare eventuali lacune nella sua conoscenza del mestiere.

Affiliante o franchisor. L'a. è l'azienda che ha realizzato un progetto di franchising e lo propone a imprenditori che, firmando un contratto di affiliazione, accettano di svilupparlo in una determinata area del mercato, secondo criteri e modalità concordate. Può essere un singolo imprenditore o una catena commerciale già affermata che ha messo a punto il sistema di distribuzione (*franchising*) e che, cedendo ad altri il suo know-how, si assume il compito di controllare e coordinare il funzionamento del sistema; mette a disposizione dell'affiliato anche l'esclusiva commerciale, l'assistenza e la merce che sarà venduta.

Affiliato o franchisee. Imprenditore che, sottoscrivendo un contratto di franchising, accetta di avviare un'attività attraverso una collaborazione della durata di alcuni anni con un'azienda (*franchisor* o affiliante); aderisce al sistema di franchising impegnandosi a gestire il proprio punto vendita secondo precise clausole e accetta di svilupparlo in una determinata area del mercato, secondo criteri e modalità concordate.

Affiliazione commerciale o franchising. Contratto che si fonda sulla collaborazione continuativa fra il *franchisor* (produttore o distributore, affiliante), che dispone di una profonda esperienza in un determinato settore (industriale, commerciale, di servizi), e il *franchisee*, (affiliato) azienda o imprenditore indipendente, che spera di aumentare il giro dei suoi affari e la redditività della sua azienda. Il termine indica una particolare modalità di vendita dei prodotti. Nel f. si crea un rapporto fra due aziende oppure fra un'azienda e un imprenditore indipendente, per la distribuzione di beni e/o servizi. Il *franchisor*, ovvero l'azienda (spesso di grandi dimensioni e già affermata) concede all'affiliato (spesso un'azienda minore che continua però a mantenere la sua autonomia) di usare il proprio marchio, la propria formula commerciale e il proprio know how, e più in generale tutta l'assistenza in chiave di aiuto alla vendita (pubblicità, promozioni, ecc.), in cambio di un diritto d'entrata e di una percentuale (*royalty*) sul fatturato. Di norma il dettagliante non può inserire nel proprio assortimento prodotti di altre marche.

Agente di borsa o Agente di cambio o Stock broker. Un broker (v.) specializzato nell'intermediazione di titoli obbligazionari e azionari, che negozia i titoli per conto di terzi.

Agente doganale (Customs Agent). Un rappresentante doganale che agisce per conto di un importatore o di un esportatore.

Agenzia di pubblicità. Impresa che solitamente realizza la pubblicità above the line (v.)

Agenzia di rating. Nel mondo ci sono tre o quattro importanti agenzie che hanno il compito di fornire a banche e società le "pagelle" sui titoli quotati in Borsa e sulle obbligazioni degli stati (es. i Buoni Ordinari del Tesoro o BOT) e consigli utili per decidere dove investire il denaro. V. Standard & Poor's.

Agenzia per il lavoro o Azienda di lavoro interinale, o Agenzia di somministrazione lavoro. Imprese private autorizzate alla fornitura di lavoro;

svolgono attività di somministrazione, intermediazione, ricerca e selezione del personale e attività di supporto alla ricollocazione professionale; sostituiscono le vecchie agenzie di lavoro interinale.

Agenzia. Impresa che fornisce a terze persone determinati servizi, es. a. di noleggio auto, a. turistica, a. di collocamento ecc.

Agevolazione. Una forma di promozione delle vendite (v.).

Agevolazione fiscale. Misura destinata a ridurre il carico fiscale degli operatori economici. Ad es.: crediti d'imposta, riduzioni fiscali, esenzioni.

ALAI Associazione Lavoratori Atipici e Interinali, è nata nel luglio del 1998 per offrire rappresentanza e tutela a chi è impegnato nei nuovi lavori.

Albo professionale. Registro pubblico in cui sono iscritti i professionisti abilitati all'esercizio di una determinata professione, es. *l'albo degli avvocati, dei giornalisti*.

Aliquota di computo. La quota della retribuzione pensionabile accantonata ai fini della pensione; attualmente per i lavoratori dipendenti è il 33%, per i lavoratori autonomi il 20%.

Aliquota di contribuzione. Un coefficiente che, moltiplicato per gli anni di contribuzione, genera un numero il quale, a sua volta, esprime la percentuale della retribuzione pensionabile che sarà riconosciuta come pensione (es.: se l'aliquota è 2 dopo 30 anni di contribuzione la pensione sarà pari al 60% della retribuzione pensionabile).

all. Abbreviazione di Allegato/i (v.).

Allegato. Documento unito a uno o più altri.

Ammontare (sost.). Totale complessivo, es. *l'ammontare della fattura è di 1.530 Euro*.

Ammortamento. Pagamento graduale di un debito fino alla completa soluzione, che può avvenire a quote costanti nel tempo, a quote decrescenti (più alte nei primi anni), oppure a quote crescenti (più alte negli ultimi anni).

Ammortizzare. Distribuire un costo in più periodi.

Ammortizzatori fiscali. Insieme degli strumenti di sostegno del reddito da lavoro, quando esso non viene percepito, o viene percepito in maniera ridotta, a causa della sospensione dell'attività o di un suo svolgimento a orario ridotto. Sono considerati ammortizzatori sociali: la cassa integrazione, l'indennità di mobilità e l'indennità di disoccupazione.

Analisi della domanda. Permette l'individuazione, in termine quantitativi e qualitativi, e di possibili fruitori di un bene e/o di un servizio.

Analisi di fattibilità. In linguaggio tecnico indica ciò che si può realizzare. V. Piano d'impresa o business plan.

Analisi di mercato. Raccolta e studio di dati e informazioni sulla natura e struttura di un determinato mercato, per fornire un supporto nel processo decisionale di una impresa. Svolge una importante funzione di collegamento fra l'azienda e il consumatore.

Analista finanziario d'impresa. Chi fornisce la propria valutazione su ogni decisione di carattere finanziario, che riguarda l'azienda per cui lavora.

Analista programmatore. Chi si occupa di progettare e aggiornare il software che gira su un computer in base a determinate specifiche funzionali. Svolge attività di codifica dei programmi basandosi, in particolare, su linguaggi di programmazione, come ad es. lo

sviluppo di applicazioni e tecnologia multimediale Internet.

Analista SAP. (*System Application and Products in Data Processing*). Figura professionale che, utilizzando i sistemi software SAP, gestisce moduli di contabilità, logistica e produzione aziendale.

ANCE. Abbreviazione di Associazione Nazionale Costruttori Edili. V. Associazioni di categoria.

Andare contro corrente o controcorrente. Seguire opinioni e abitudini contrarie a quelle comuni.

Annullato. Dichiarato non valido, cancellato, es. *causa ritardo nella consegna, vogliate considerare annullato il ns. ordine*.

Annunci "pay-per-click". Forme pubblicitarie presenti sul web.

Annuncio economico. Avviso pubblicitario formato da poche righe di solo testo a caratteri tipografici ridotti, pubblicato dai giornali su colonne che raggruppano molti annunci in base al genere, es. *Domanda di lavoro, Offerta di lavoro, Matrimoniali*.

Annuncio pubblicitario. Messaggio pubblicitario contenente un testo e una immagine.

Annuncio stampa con tagliando di risposta (coupon). V. Promozione "above the line", Couponing.

ANOLF. Associazione Nazionale Oltre Le Frontiere, nata nel 1989, è un'associazione di immigrati di varie etnie a carattere volontario e democratico. Ha come scopo la fratellanza tra i popoli nello spirito della Costituzione italiana.

Antirazzismo. Atteggiamento contrario al razzismo. V. Razzismo

Antitrust. Dalla fine del 1800 è l'insieme di leggi che regolano la reale concorrenza fra organizzazioni dei diversi mercati.

Anzianità contributiva. Indica la somma dei periodi di tempo che risultano coperti dalla contribuzione.

Apertura di credito bancario. Tramite questo contratto le banche si impegnano a tenere a disposizione di un cliente una certa somma di denaro a tempo indeterminato.

Applicazione. V. Software.

Apprendista /tirocinante /praticante. Chi sta imparando il mestiere, chi svolge un apprendistato, tirocinio (v.) o praticantato.

Apprendistato. Rapporto di lavoro subordinato nel quale un giovane non qualificato fra i 15 ed i 24 anni, presta la propria opera lavorativa e riceve nello stesso tempo dall'azienda l'insegnamento necessario per qualificarsi. Il datore di lavoro si impegna a formare l'apprendista fino a farlo diventare un lavoratore qualificato, impegnandolo in attività lavorative. L'apprendistato può riguardare operai o impiegati, appartenenti a qualsiasi settore economico. Per essere assunti come apprendisti bisogna aver terminato la scuola dell'obbligo e non aver superato i 24 anni di età (26 per alcune zone del sud). La durata varia a seconda dei settori produttivi, da un limite minimo di 18 mesi, ad un massimo di 48 mesi.

Approvvigionamento. L'atto di fornirsi delle materie prime e dei beni e servizi necessari al funzionamento di un'attività produttiva o al sostentamento della famiglia o di una comunità.

Approvvigionamento interno (insourcing). In economia aziendale, termine per indicare il mantenimento di una attività all'interno dell'azienda tramite la collaborazione di una società esterna che garantisca il necessario know-how (v.). Praticamente è un outsourcing svolto all'interno della azienda. V. Outsourcing.

Appunto. Annotazione scritta rapida e sintetica utile per aiutare la memoria.

Area commerciale. Area non coincidente con i con-

fini amministrativi di regioni e/o province dentro le quali il centro urbano più stimolante (non sempre quindi quello geograficamente più importante) è il centro gravitazionale su cui si dirige la clientela per i suoi acquisti.

Area controllo immigrazione. L'area, specialmente di aeroporto o porto navale, in cui viene effettuato il controllo del passaporto dei passeggeri in arrivo, in partenza o in transito.

Area Nielsen. Sono 4 le zone in cui la Nielsen suddivide l'Italia per rilevazioni e stime di mercato (Area 1: Piemonte, Val d'Aosta, Liguria, Lombardia; Area 2: Triveneto, Emilia Romagna; Area 3: Toscana, Umbria, Marche, Lazio, Sardegna; Area 4: Abruzzo, Molise, Puglia, Campania, Basilicata, Calabria, Sicilia).

Area professionale. Un insieme di gruppi o famiglie di ruoli/figure professionali, operanti a diversi livelli di professionalità e/o di specializzazione caratterizzati da competenze professionali omogenee. Ruoli e figure professionali operanti in settori/comparti diversi possono interagire fra loro, es. nel caso del marketing: *direttore del marketing di un'azienda, agente pubblicitario, regista di spot pubblicitari televisivi*.

Area test. Area su cui si effettuano prove di marketing per sondare l'efficacia o la vendibilità di un prodotto.

ARPA. Azienda Regionale Prevenzione e Ambiente. L'ente pubblico incaricato di svolgere i controlli in materia ambientale.

art. Articolo

Arte. a) Attività umana regolata da accorgimenti tecnici e basata sullo studio e sull'esperienza, es. *le arti grafiche*. b) Dall'antichità alla Rivoluzione francese, organizzazione di mercanti, artigiani e lavoratori in genere, per difendere i propri interessi economici e politici, es. *le arti minori* dei fornai, calzolari ecc. e *le arti maggiori* di avvocati, mercanti, medici e speziali ecc.

Artigianato. a) Attività produttiva degli artigiani. b) Insieme dei prodotti degli artigiani.

Artigiano. Chi produce nel settore artistico o tecnico. Un lavoratore esperto nell'uso di materie prime, macchinari e attrezzi per produrre o trasformare determinati oggetti. Prima della rivoluzione industriale tutta la produzione era affidata agli artigiani.

ASL. Azienda Sanitaria Locale. L'ente che fornisce ai cittadini l'assistenza sanitaria pubblica all'interno di un'area territoriale delimitata.

Aspettative. Le attese dell'azienda nei confronti di un ruolo lavorativo o, viceversa, le attese del lavoratore nei confronti dell'azienda. V. Risultati.

Assegnazione dello spazio. Ricerca della migliore disposizione del prodotto sullo scaffale per ottimizzare i risultati.

Assegni familiari. Prestazione istituita per sostenere le famiglie dei lavoratori dipendenti i cui redditi siano al di sotto di determinate fasce di reddito, stabilite annualmente per legge.

Assegno bancario. Mezzo di pagamento che consiste nell'ordine scritto a una banca di pagare una determinata somma alla persona che vi è indicata (un'altra persona o se stessi).

Assegno circolare. Assegno predisposto ed emesso direttamente dalla banca, su ordine di un suo correntista (con addebito in conto corrente) o di altri che ne facciano richiesta previo versamento in contanti della somma.

Assemblea dei soci. Assemblea degli azionisti; può essere ordinaria o straordinaria.

Assenteismo. Assenza ripetuta dal proprio posto di lavoro di un lavoratore dipendente, per cause individuali o sindacali.

Assenteista. Chi pratica l'assenteismo (v.).

Assessment. V. Valutazione.

Assicurazione generale obbligatoria. È l'assicurazione cui è obbligatoriamente iscritta la grande maggioranza dei lavoratori subordinati (v.) del settore privato e di una piccola parte del settore pubblico. Gestita dall'INPS, copre i rischi di invalidità, vecchiaia e morte.

Assicurazione. Contratto con cui un assicuratore, in cambio del versamento di un premio, si impegna a tenere indenne un assicurato dagli effetti dannosi di un evento futuro e incerto.

Assimilazione. Usato per descrivere il processo di assorbimento di persone da diversi paesi e culture, conseguenti al fenomeno della migrazione.

Associazioni di categoria. I rappresentanti delle aziende. Associazioni fra imprenditori costituite con il fine di rappresentare e tutelare i rispettivi interessi e fornire servizi collettivi. Le diverse associazioni si distinguono soprattutto in base al settore economico di appartenenza, alla dimensione e alla forma societaria delle imprese aderenti. Le principali associazioni di categoria sono: Confindustria, associa le imprese industriali di grandi dimensioni; Confapi, associa le piccole e medie imprese (PMI); Confindustria e Confesercenti, associano imprese commerciali e turistiche; CNA (Confederazione Nazionale dell'Artigianato), associa imprese artigiane; ANCE (Associazione Nazionale Costruttori Edili), associa imprese edili; Coldiretti, associa agricoltori e imprese agricole; Assicredito, associa imprese del settore creditizio; Confetra, associa le imprese di trasporto.

Assofranchising. L'Associazione Italiana del Franchising. Il suo scopo principale è quello di vigilare sul corretto funzionamento del sistema franchising in Italia.

Assortimento. L'insieme dei prodotti offerti da una impresa commerciale alla clientela. Normalmente è diviso in linee che raggruppano i prodotti in maniera omogenea.

Assumere. Iniziare il rapporto di lavoro con un lavoratore, prendere un lavoratore alle proprie dipendenze.

Assunzione a tempo indeterminato. Contratto di lavoro senza apposizione di un termine finale.

Assunzione. L'atto di assumere (v.) un lavoratore dipendente (v.).

Atelier. Dal francese "laboratorio". In genere si usa per tutte quelle attività lavorative che si svolgono in un laboratorio e che hanno attinenza con le arti (grafiche, decorative, della lavorazione di particolari materie prime, ecc).

Atterrare. L'azione di toccare terra fatta da un velivolo.

Attività intellettuale. Lavoro basato sulla forza lavoro di tipo psichico.

Attività manuale. Lavoro basato sulla forza lavoro di tipo fisico.

Attività. Lavoro manuale o intellettuale dal quale si ricava un determinato guadagno, es. *rispettivamente la professione dell'idraulico, del tecnico informatico*.

Audiovisivi. a) Mezzi di comunicazione che uniscono i suoni alle immagini (videocassette, CD-ROM multimediali, diapositive con commento sonoro...). b) L'insieme delle attrezzature usate come sussidi didattici (es. pc, proiettore digitale, nastri, videocassette, DVD, diapositive, lavagna luminosa).

Audit store. Punto vendita tenuto in considerazione per studi e ricerche di mercato.

Auditel. Società che si occupa della rilevazione dei dati di ascolto televisivo, specializzata nel determinare l'appetibilità di uno spazio televisivo in cui sarebbe utile inserire la pubblicità.

Aumento. Incremento o crescita, es. *il personale ha ottenuto un aumento di stipendio*.

Autista o guidatore. Chi è alla guida di un veicolo (auto, autobus).

Autogrill. Luogo di ristoro per automobilisti che viaggiano in autostrada.

Autoimpiego. Alternativa al lavoro dipendente che può realizzarsi attraverso la creazione di microimprese, la libera professione, o nuove forme di lavoro autonomo nel settore dei servizi.

Autostrada. Strada riservata agli autoveicoli di cilindrata superiore a un minimo stabilito, con caratteristiche strutturali tali da facilitare alte velocità.

Autotrasportatore. Chi esegue autotrasporti (camionista, guidatore di TIR).

Average monthly sales. Vendite medie mensili realizzate.

Avere/dare. Voci del bilancio (v.).

Avviso di garanzia. Comunicazione del tribunale in cui si dice che la persona interessata è sospettata di aver commesso un reato; quando e dove esso sarebbe stato commesso; e inoltre trasmette l'avviso che sarà interrogata dal magistrato.

Avviso tempestivo. Richiamo dell'Ecofin, un organismo dell'Unione europea, ai membri che non rispettano gli accordi con i partner di Bruxelles.

Awareness. Misura della conoscenza da parte del pubblico di prodotti, marche, insegne, ecc.

Azienda contoterzista. Che lavora per conto terzi, quindi per altre aziende.

Azienda di prima generazione. Che è di proprietà di colui o coloro che le hanno dato vita con la loro professionalità e il loro genio. Quando un'azienda passa di padre in figlio o ad altri collaboratori dell'azienda si parla di *azienda di seconda generazione*.

Azienda terzista. Quella che nel modello a rete, lavora prevalentemente per un'azienda "madre".

Aziende utenti fieristiche. Produttori, espositori e visitatori.

Azione. Le aziende quotate in borsa suddividono le quote vendute agli azionisti in unità di misura chiamate "azioni". Ne esistono tre tipi: azioni ordinarie, privilegiate e di risparmio. L'a. è: a) il titolo che rappresenta una quota del capitale di una società, es. *Ho comprato 100 azioni della società x*; b) il documento che rappresenta un'azione e che dà al possessore il titolo di socio, es. *questa azione vale 100 euro*. V. *stock option* o "opzioni call", Società per azioni (S.p.A.), Assemblea dei soci, OPA.

Azione positiva. Descrive i programmi di intervento adottati dal governo al fine di favorire i gruppi ritenuti socialmente discriminati e svantaggiati, introducendo procedure di trattamento privilegiato, che siano in grado di compensare una storica condizione di ineguaglianza.

Azionista. Chi detiene azioni.

Azionista cassetista. Chi conserva a lungo il portafoglio delle sue azioni, è interessato ai diritti amministrativi e ai dividendi.

Azionista speculatore. Chi conserva le azioni per poco tempo, per venderle quando il loro prezzo sale, realizzando un plusvalore; è meno interessato ai dividendi e più interessato al prezzo delle proprie azioni.

B2B. Abbreviazione di *business to business*. Rapporto "azienda-verso-azienda", in origine nel senso di transazioni commerciali elettroniche fra imprese, molto frequenti grazie allo sviluppo dell'e-commerce; ma oggi anche nel senso più generico di marketing fra imprese, e di acquisto e scambio di beni, quali materie prime, prodotti semilavorati e prodotti finiti, che intercorre fra le imprese ed i propri fornitori. V. Vendita personale (personal selling).

B2C. Abbreviazione di *business to consumer*. Rapporto "azienda-verso-consumatore finale", nel senso di transazioni commerciali elettroniche fra l'impresa e il consumatore finale, molto meno frequenti delle B2B. Modalità di commercio elettronico che mette in contatto direttamente un'azienda con il consumatore. V.

Vendita personale (personal selling).

Bacheca per gli annunci. Spazio usato per l'affissione di informazioni varie al fine di renderle disponibili al pubblico.

Bacino di utenza. Il numero di persone (espresso solitamente in migliaia) che rappresentano gli utenti di un punto vendita. Nel caso di un punto vendita in franchising in apertura, in base a questo numero si può ipotizzare la rendita economica dell'affiliato e studiare una strategia per migliorarla.

Back selling. Attività che ha come intendimento quello di favorire le vendite del cliente.

Back to back. Espositore da pavimento utilizzato nei supermercati con esposizione della merce sui due lati. Letteralmente "dorso a dorso".

Background. Complesso di conoscenze tecniche ed esperienze che costituiscono la base delle competenze di una persona.

Backlog. Ordini arretrati, non ancora evasi.

Badge. V. Targhette identificative

Baker's dozen. La cosiddetta tredicesima. Chi acquista dodici confezioni di un determinato prodotto ne riceve tredici.

Bamboccione. Neologismo usato per definire giovani che vivono ancora a casa dei genitori.

Banca Centrale Europea (BCE). Al fine di creare un'area monetaria forte e omogenea in Europa, gli accordi di Maastricht hanno soppresso i poteri locali delle banche nazionali, conferendo alla sola Banca centrale europea, costituita dai Paesi aderenti all'Unione monetaria europea, la possibilità di stabilire la quantità di moneta in circolazione, il tasso di sconto e le politiche monetarie.

Banca con sede fissa e filiali. Permette un contatto faccia a faccia col cliente

Banca o istituto di credito. Un'impresa che si occupa di fornire alla clientela mezzi di pagamento e di intermediazione fra offerta e domanda di capitali.

Banca on-line. Servizi bancari accessibili attraverso Internet; cioè i contatti fra la banca e il cliente avvengono su Internet.

Bancarella (stand). Carretto o banco di vendita all'aperto.

Banche di investimento (private banking). Istituti di credito la cui clientela ha una capacità minima di investimento da uno a due miliardi. Servizio offerto dalle banche ai loro migliori clienti, che possono godere di una consulenza su diversi campi (finanziario, legale, amministrativo ecc.).

Banco di registrazione (reception). Ufficio di accoglienza e accoglienza dei clienti che affluiscono in alberghi, convegni ed eventi vari. In albergo si parla di "portineria".

Banco partenze. Area in cui vengono svolte le attività inerenti la partenza dei passeggeri.

Bancomat. Sportello automatico bancario per operazioni informative e/o dispositive, detto "ATM" (*Automatic Teller Machine*) nei paesi anglosassoni.

Banconista o commesso. Indica il lavoro di sportello detto anche *front office* (v.).

Banded pack. Offerta promozionale nella quale due prodotti sono offerti in una confezione unica.

Banner. Forma pubblicitaria presente sul web.

Bar code. V. Code a barre.

Base di dati (database). Un archivio di dati eterogeneo gestito dal computer che memorizza e organizza i dati per una loro veloce gestione (ricerca, cancellazione, inserimento). I database hanno anche il fine di ordinare e catalogare i dati nelle aziende per registrare contabilità, merce, personale ecc. o negli enti pubblici (comuni, ospedali, biblioteche, ecc.) per documentare o catalogare vari tipi di documenti.

Battage pubblicitario. Campagna molto martellante.

Battere la concorrenza. Avere la meglio sui concorrenti.

BCE. V. Banca Centrale Europea.

Below the line. V. Promozione below the line.

Benchmarking. Metodo per la valutazione della produttività di un'azienda che consiste nel comparare i risultati da essa conseguiti con la media dei risultati raggiunti dalle aziende dello stesso settore.

Bene (sost.). a) Qualunque cosa serva a soddisfare un bisogno. b) Il risultato di un'attività produttiva, che può essere conservato o trasformato in altri beni

Bene di consumo o bene diretto. Quello che soddisfa direttamente un bisogno in modo immediato, es. acqua, pane.

Bene di consumo durevole. Quello che non si esaurisce con una sola utilizzazione, es.: automobile, elettrodomestico, vestiario ecc.

Bene immateriale. Rappresentato da idee o conoscenze.

Bene materiale. Risultato di un'attività produttiva che può essere conservato o trasformato in altri beni es. la farina, che può dare pane, biscotti ecc.

Bene strumentale o indiretto o bene capitale. Quello che serve per produrre altri beni.

Beneficiario. Persona che beneficia degli effetti favorevoli di un atto o di un contratto, es. *il beneficiario di un assegno*.

Best buy. La migliore scelta o anche il prodotto più acquistato.

Biglietto. a) Titolo di viaggio che attesta il pagamento del costo del servizio. b) Piccolo rettangolo di carta che dà diritto ad assistere a spettacoli e manifestazioni varie.

Bilancia commerciale. Il rapporto esistente fra il valore delle merci importate e il valore delle merci esportate da un Paese.

Bilancio. Documento contabile contenente il conteggio delle entrate e delle uscite riferite a un determinato periodo di gestione amministrativa di una azienda o organizzazione.

Biocompatibilità. Mancanza di effetti dannosi sulle funzioni biologiche.

Bisogno. Una necessità reale o percepita. Stimolo che induce una persona a procurarsi un determinato bene o servizio.

Bisogno percepito. B. più legato alle mode, alle tendenze e alla pubblicità.

Bisogno primario. B. il cui soddisfacimento è necessario alla vita, es. casa, cibo, vestiario.

Bisogno secondario o "di civiltà". B. quali istruzione, informazione, viaggi.

Bloggista. Utente della rete che compila *blog* o partecipa a *forum on-line*.

Boat people. Letteralmente "gente delle barche", quei profughi che espatiano via mare, in maniera irregolare e su imbarcazioni insicure, spesso a rischio della propria vita.

Bollettino aziendale o Newsletter. V. House organ.

Bond People. Il popolo dei piccoli investitori privati, che con i propri risparmi comprano titoli obbligazionari.

Bonifico. Operazione con cui il cliente di una banca trasferisce una somma di denaro dal suo conto bancario a un altro conto bancario.

Bonus. Gratifica data a scopo di incentivo da un datore di lavoro ai suoi dipendenti, specialmente ai dirigenti.

Booker. Operatore specializzato nella predisposizione del *book*, cioè l'insieme delle foto raccolte dalla modella che funge da curriculum per le agenzie e le case di moda. Il book costituisce uno strumento irrinunciabile per i modelli quando cercano lavoro.

Booking. Settore dell'agenzia viaggi in cui si attua il ricevimento delle prenotazioni.

Borsa italiana S.p.A. Società costituita da banche, Sim e altri attori di mercato che ne fanno da azionisti. Suo compito è gestire e controllare il Mercato borsistico.

Borsa lavoro. Strumento educativo/formativo per facilitare un primo inserimento del giovane sul mercato del lavoro attraverso un'esperienza lavorativa: non si costituisce un lavoro di rapporto dipendente con l'azienda, il lavoratore viene retribuito dall'INPS o da altri Enti pubblici.

Borsa valori. Un mercato estremamente regolamentato dove si scambiano valori mobiliari e valute estere. Il lavoro degli operatori, detti *traders*, prende il nome di *trading* o scambio, poiché avviene lo scambio di uno strumento finanziario contro denaro contante.

BOT (Buoni ordinari del Tesoro). Il BOT è un titolo senza cedola, di durata inferiore ai 12 mesi, emesso dallo Stato per finanziare il debito pubblico. Viene rimborsato alla pari, cioè il valore di rimborso coincide con il valore nominale del titolo, pari a 100.

Boutique. Tipo di negozio destinato principalmente alla vendita di capi di abbigliamento o comunque articoli di lusso (dal fr. "bottega").

Brainstorming (tempesta di idee). Tecnica di gruppo utilizzata per produrre idee creative sulla soluzione di un problema. V. *Problem solving*.

Brand. V. *Marca*.

Brand equity. Patrimonio di marca o valore del marchio. V. *Brand management*.

Brand image. V. *Immagine di marca*.

Brand leader. V. *Marca leader*.

Brand loyalty. V. *Fedeltà alla marca*.

Brand management o branding. Si focalizza sull'aumento del valore percepito dai consumatori rispetto a un prodotto, per far crescere il suo patrimonio di marca o valore del marchio (*brand equity*) rispetto ai prodotti della concorrenza. Sono tecniche di marketing riferite a prodotti, linee di prodotti e marche. Si occupa anche dell'imposizione di una marca ad un prodotto specifico.

Brand manager. Responsabile della gestione di una linea di prodotti commercializzati con lo stesso marchio.

Brand share. Quota di mercato di una marca.

Brand switchers. Consumatori che frequentemente passano da una marca all'altra per i loro acquisti in un determinato settore.

Break even point. Punto di pareggio, detto anche punto morto, poiché fino a quel punto l'azienda non ha realizzato guadagni ma ha solo pareggiato le spese.

Break through. Momento di rottura, passaggio attraverso il quale si definisce un cambiamento significativo.

Brevetto. L'attestato amministrativo della paternità di un'invenzione e del diritto esclusivo di godere degli utili economici che ne derivano. Esso determina anche la possibilità per il detentore del brevetto di impedire la riproduzione e l'utilizzo per un tempo determinato.

Brick. Confezione quasi sempre rettangolare particolarmente utilizzata per prodotti alimentari liquidi.

Briefing. a) Comunicazione dell'insieme di informazioni e istruzioni necessarie per realizzare un'azione pubblicitaria, promozionale, ricerca di mercato, ecc. È il momento della discussione di gruppo su un progetto. b) Riassunto, foglio di istruzioni, informazioni.

Brochure. *Opuscolo* (v.).

Brochure istituzionale aziendale. Opuscolo che serve a illustrare una azienda.

Broker. a) Un professionista autorizzato a negoziare titoli per conto di terzi, senza assunzione di rischio in proprio. b) Il mediatore che si occupa di procurare ai franchisee i contatti per ampliare la propria rete in franchising. V. *Stock broker*, *Insurance broker*.

Browser. I programmi usati su PC per navigare su Internet. I più diffusi sono Netscape e Explorer.

Budget. Stima delle spese relative ad un esercizio o parte di esso. Nel budget sono di solito indicati anche gli obiettivi da conseguire. Il b. è riferibile ad una singola azione (es. campagna pubblicitaria o incentivazione delle vendite), a un settore dell'attività aziendale, o a tutta l'attività dell'azienda.

Bulk handling. Trasporto in grosse quantità.

Buono sconto (coupon). Una forma di promozione del marketing diretto (v.). V. *Couponing*.

Burnout. Fenomeno diffuso fra persone che si prendono cura di altre persone, es. insegnanti, medici, psicologi ecc., traducibile con "disaffezione", nel senso di allentamento del proprio coinvolgimento professionale poiché ci si sente letteralmente "bruciati" dalle poche gratificazioni economiche o psicologiche ottenute sul posto di lavoro.

Burocrazia. Il termine indica l'insieme delle regole e degli adempimenti che devono essere rispettati sia dai cittadini che da chi svolge una attività economica. In particolare si tratta di tutte quelle procedure che hanno a che fare con la pubblica amministrazione: richiesta di certificati, autorizzazioni, permessi ecc.

Business intelligence. La strategia messa in atto da un'azienda per la ricerca di informazioni strategiche su di sé e sul mercato, la tecnologia che utilizza per raggiungere tale obiettivo, e i risultati ottenuti grazie a tali processi.

Business plan. V. *Piano d'impresa*.

Business to business. V. *B2B*.

Business to consumer. V. *B2C*.

Busta paga. Prospetto che il datore di lavoro ha l'obbligo di consegnare al lavoratore insieme alla retribuzione. In tale prospetto devono essere indicati: il periodo lavorativo di riferimento, gli elementi che concorrono a formare la retribuzione lorda e le detrazioni che danno luogo alla paga netta. c) Altra persona in cerca di lavoro: la persona di 15 anni e più che dichiara: di iniziare un'attività in futuro avendo già trovato un'occupazione alle dipendenze, o chi avendo predisposto tutti i mezzi per l'esercizio di un'attività in proprio, nel periodo di riferimento non ha lavorato per tale occupazione, in quanto inizierà a lavorare in futuro; di essere in altra condizione: casalinga, studente, ritirato dal lavoro, ma di cercare un'occupazione e di essere immediatamente disponibile per lavorare.

Buyer. V. *Acquirente*, *Compratore*.

Buyer association. Gruppi d'acquisto.

Buzz (buzzing). V. *Viralizzare*.

By-product. Sottoprodotto che deriva da un processo produttivo finalizzato alla produzione di altri beni.

c. Conto

c.a. Corrente anno

ca. Circa

c.c., c/c Conto corrente

c.c.p. Conto corrente postale

C.F.P. Centri convenzionati.

c.m. Corrente mese

C.P.I. Centri per l'impiego

C.R.F.P. Centri regionali di Formazione professionale.

c.s. Come sopra

c/o Presso

CAAF-CISL. Centro di assistenza fiscale nato nel 1993 che fornisce a iscritti, lavoratori e pensionati assistenza e consulenza nel campo fiscale e delle agevolazioni sociali.

CAB. Codice di avviamento bancario che consente di risalire allo sportello e alla località della banca che ha effettuato un'operazione.

Caddy promotion. È un display utilizzato prevalentemente nei supermercati; è fissato sul frontalino del

carrello e ha lo scopo di indurre l'acquirente verso gli "acquisti d'impulso".

Call center. Servizio offerto dalle aziende per garantire l'assistenza tecnica on-line sui propri prodotti.

Cambiale. Titolo di credito che permette di differire un pagamento.

Camera di Commercio Industria Agricoltura e Artigianato (CCIAA). L'associazione a carattere settoriale a cui aderiscono le imprese che operano nel commercio, nell'agricoltura, nell'industria e nell'artigianato.

Camere di commercio. Enti pubblici economici che hanno funzioni di rappresentanza, consulenza e difesa degli interessi delle diverse categorie economiche (industriali, commercianti, artigiani, agricoltori). Le C. svolgono inoltre importanti ruoli di carattere amministrativo, come ad es. la tenuta del registro delle ditte e il rilascio dei relativi certificati.

Campagna di vendita. Azione mirata di vendita, tesa a produrre uno sforzo più intenso e/o concentrato su un determinato prodotto, su una specifica zona, su un ben identificato segmento di clientela.

Campagna promozionale. Per promuovere le vendite di un prodotto nel breve periodo.

Campagna pubblicitaria. Tutte le operazioni fatte per lanciare un prodotto sul mercato.

Campione. Piccolo saggio tratto da un insieme, per indicarne le caratteristiche e le qualità, es. *un campione di tessuto, di vino, di formaggio*.

Canale di distribuzione. Sequenza di persone e organizzazioni che provvedono al passaggio dei beni dai produttori ai consumatori. Tradizionalmente il canale di distribuzione è definito: "diretto" quando fra l'impresa produttrice e il consumatore finale non ci sono intermediari; "corto" quando esiste la presenza di un solo intermediario; "lungo" quando gli intermediari sono molteplici.

Candidato. Nella ricerca di lavoro, chi cerca lavoro.

Candidatura spontanea o auto-candidatura. La proposta spontanea di candidatura fatta dal candidato, senza che l'azienda abbia pubblicato un annuncio.

CAP, c.a.p. Codice di avviamento postale.

Capacità e abilità. Ciò che bisogna essere in grado di saper fare per esercitare una professione. Alcune capacità sono legate ai processi operativi, decisionali e di elaborazione dei problemi, altre capacità si riferiscono alla gestione delle relazioni professionali nei diversi ambiti in cui l'attività professionale si svolge (comunicare, lavorare in gruppo, ecc.).

Caparra. Somma di denaro che una parte dà all'altra a garanzia della conclusione di un contratto o accordo, es. caparra di prenotazione alberghiera.

Capital goods. Beni utilizzati per produrre altri beni.

Capitale sociale. Il capitale di una impresa.

Capitalizzazione. Trasformazione in capitale.

Capotreno. Capo del personale di controllo di un treno.

Caratteristiche personali. Nella ricerca di lavoro, la parte di soggettività che trova maggiore realizzazione in alcuni contesti e nell'esercizio di alcune professioni piuttosto che in altre, e che aiuta a trovare il lavoro più adatto a sé. V. *Motivazioni*.

Caro vita o carovita. Forte aumento dei prezzi, in particolare di quelli dei generi di prima necessità.

Carrier. V. *Vettore o Trasportatore*

Carriera. a) La professione, es. *la carriera di informatico, di politico, di insegnante*. b) La successione di avanzamenti e promozioni all'interno del proprio posto di lavoro (es. *alla Fiat posso fare carriera*). c) Il ruolo professionale (i compiti e le responsabilità che spettano a un lavoratore nel suo contesto di lavoro).

Carrierista. Chi cerca con ogni mezzo di fare carriera.

Carrozza letti. Veicolo ferroviario munito di cabine contenenti uno più letti, destinato al trasporto di passeggeri.

Carta clienti, carta fedeltà (fidelity card). Una carta di credito emessa da una catena di negozi, valida solo per fare acquisti presso di loro.

Carta di credito o carta di pagamento (credit card). Documento che consente al titolare di effettuare pagamenti o prelievi di denaro che gli verranno addebitati sul conto corrente. Sistema di pagamento più diffuso nei paesi finanziariamente evoluti.

Carta di debito o carta prepagata. Sistema di pagamento che prevede lo stesso funzionamento della carta di credito (v.) ma attraverso pagamenti anticipati. Come strumento prepagato non comporta addebito su conti correnti.

Carta di pagamento. Una tessera di plastica emessa da una banca o da un altro istituto finanziario e che offre due servizi primari: il prelievo presso sportelli Bancomat; il pagamento presso punti vendita dotati di terminali "POS".

Carta d'imbarco. Documento che permette ai passeggeri di accedere a bordo del mezzo di trasporto aereo o navale.

Carta frequent flyer. In uso nei programmi frequent flyer (v.).

Carta regalo. Una carta caricata con l'importo che si intende regalare, da spendere presso il rivenditore che la ha emessa.

Carta socio. Una carta per accumulare punti da scontare sul costo della merce.

Cartellino del prezzo. Supporto cartaceo o plastico contenente il prezzo di un prodotto.

Cartello. a) Insegna che riporta avvisi e informazioni affinché tutti ne possano prendere visione. b) Situazione irregolare che si realizza se le imprese si accordano sui prezzi e sulle quantità di merci da mettere sul mercato e si ripartiscono i mercati.

Casello. Stazione di accesso o di uscita, presente in autostrada.

Cash and carry. Struttura tipo grandi magazzini che funziona a self-service, con estese aree di vendita aperte a dettaglianti o a persone in possesso di partita IVA che pagano contro emissione immediata di fattura. I beni possono essere acquistati anche in piccole quantità e la merce è trasportata dall'acquirente stesso.

Cash cow. Prodotto con un'alta quota di mercato in un mercato statico.

Cassa. Sportello di una banca o area di un pubblico servizio dove si ricevono i pagamenti, es. *la cassa del supermercato*.

Cassa integrazione. Organismo che fa parte dell'Istituto Nazionale di Previdenza Sociale, che in caso di riduzione o sospensione temporanea del lavoro paga al lavoratore una parte di salario attraverso l'azienda stessa. In pratica si tratta di un meccanismo che ha la funzione di integrare i guadagni dei lavoratori per le ore non lavorate a causa di una riduzione dell'orario di lavoro normale o di sospensione del lavoro. Sono previsti due tipi di intervento: a) ordinario: si applica in situazioni di sospensione a breve termine, non imputabili all'imprenditore o ai lavoratori, oppure per temporanee difficoltà di mercato; b) straordinario: si applica per cause più complesse e per periodi più lunghi: crisi aziendale, fallimento, ristrutturazione, riorganizzazione aziendale, liquidazione coatta amministrativa, amministrazione straordinaria.

Cassiere/a. Chi lavora alla cassa.

Catalogo. Elenco ordinato di articoli o prodotti, talvolta con una breve descrizione e/o col prezzo di ciascun articolo.

Categorie protette. Vengono definite categorie protette le tipologie di persone che rientrano nelle se-

guenti classi: invalidi civili, del lavoro (per infortunio o malattie professionali) e di guerra; profughi, vittime del terrorismo e della criminalità organizzata. Per facilitare l'inserimento al lavoro delle categorie protette, la Legge 68/1999 stabilisce una serie di obblighi e di incentivi per i datori di lavoro.

Catena di montaggio. Lavoro manuale dove ciascun lavoratore svolge una parte sequenziale di lavoro, tipica del lavoro in fabbrica.

Catering. L'attività commerciale e una azienda specializzata nel fornire merci alimentari già pronte per il consumo o merci semi-elaborate oggetto di successive trasformazioni. Il c. si occupa di tutte le operazioni di approvvigionamento di alimenti.

CCIAA. V. Camera di Commercio Industria Agricoltura e Artigianato.

CCNL (Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro). Accordi stipulati fra organizzazioni sindacali e associazioni dei datori di lavoro, aggiornati periodicamente, i quali fissano le condizioni, economiche ed organizzative, in cui si svolge l'attività lavorativa in un determinato settore.

Cedente. Chi trasferisce un diritto mediante cessione (v.).

CENASCA. Centro Nazionale Associazionismo Sociale Cooperazione Autogestione, che opera per promuovere il lavoro nel settore dell'economia sociale, della cooperazione, del non profit, dell'associazionismo e di tutte le forme di lavoro associato, atipico e innovativo.

CENSIS. V. Centro Studi Investimenti Sociali.

Centrale d'acquisto. Organizzazione deputata all'acquisto di grandi quantità di prodotti per conto di più acquirenti.

Centro (di) accoglienza. Struttura permanente o temporanea per l'accoglienza di persone bisognose, il luogo di prima sistemazione per immigrati appena arrivati.

Centro di identificazione ed espulsione (CIE). Nelle recenti norme riferite all'immigrazione, sono strutture istituite in osservanza all'articolo 12 della Legge 40/1998, per ospitare gli stranieri "sottoposti a provvedimenti di espulsione e o di respingimento con accompagnamento coattivo alla frontiera" nel caso in cui il provvedimento non sia immediatamente eseguibile. V. Respingimento alla frontiera.

Centro di permanenza temporanea (CPT). Vecchia denominazione dei Centri di identificazione ed espulsione (v.).

Centro (per il) bricolage. Centro commerciale, di cui in Italia è esempio la catena OBI, che commercia in prodotti per il fai-da-te (*do-it-yourself* o DIY in lingua inglese), destinati a hobby o attività che la gente svolge nel tempo libero, generalmente finalizzate al miglioramento della propria casa (falegnameria, giardinaggio, bigiotteria ecc.).

Centro commerciale. Un insieme omogeneo di edifici nel quale si concentrano molte attività commerciali quali insegne della GDO, negozi specializzati, banche e servizi, ristoranti, cinema.

Centro informazioni (infopoint). Punto di uno spazio pubblico (stazione, aeroporto, centro congressi ecc.) in cui è possibile chiedere e ricevere informazioni.

Centro per l'impiego. Ufficio della Regione che gestisce a livello provinciale il mercato del lavoro, monitorandolo; sostituisce il vecchio "Ufficio di collocamento" pubblico. La principale novità rappresentata dai centri per l'impiego è che, oltre alle tradizionali attività di tipo amministrativo connesse al collocamento, devono promuovere iniziative per favorire l'incontro fra domanda e offerta di lavoro.

Centro pilota. Denominazione attribuita a un punto vendita di prova (di proprietà del *franchisor*) che serve

a sperimentare il programma di franchising prima della sua concreta realizzazione. Il ricorso al c. p. è indispensabile nel franchising estero, specialmente quando il *franchisor* ha una scarsa conoscenza del nuovo mercato.

Centro Studi Investimenti Sociali (CENSIS). Istituto di ricerca socioeconomica riconosciuto, che svolge prestigiosi studi e consulenze sullo stato sociale dell'Italia, per conto di enti statali e locali e per le aziende.

CEO. Chief Executive Officer. In Italia di solito designa un manager subordinato all'amministratore delegato.

Certificato di qualifica professionale. Attesta percorsi formativi di qualificazione professionale, successivi alle tappe dell'obbligo scolastico.

Certificato di specializzazione. Si riferisce a percorsi formativi frequentati da persone già in possesso di una qualifica professionale. Consente l'esercizio di un'attività che può essere svolta in modo autonomo e con precise responsabilità.

Certificazione di filiera controllata. Rilasciata a una azienda da un altro ente indipendente che dichiara che il prodotto dell'azienda ha sia una completa rintracciabilità che mette in chiaro tutti i passaggi che un prodotto ha fatto, chi li ha fatti e come li ha fatti; sia standard igienico-sanitari rigorosi definiti in base ai criteri dell'HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Point*). Il risultato di questi due fattori garantisce al prodotto considerato la cosiddetta "tracciabilità (v.) di filiera".

Certificazione di qualità. La certificazione della qualità aziendale consiste nel rilascio, da parte di un ente deputato alla certificazione, di un documento attestante che il funzionamento dell'azienda avviene secondo modalità e procedure che rispettano alcune regole, rese esecutive dalle Comunità Europea e accettate dai singoli stati membri. La qualità non si riferisce solo alla qualità del prodotto finale, ma anche ai processi (organizzazione del lavoro, procedure di controllo), al livello di professionalità ecc.

Cessionario. Colui a favore del quale si compie una cessione.

Cessione. Trasferimento ad altri di diritti, materiali, beni ecc.

Cestelli. Piccoli contenitori di plastica a forma di cesta in dotazione ai clienti dei supermercati per trasportare i prodotti da acquistare.

CFL. V. Contratto di formazione e lavoro.

CFR *Cost and Freight* (porto specifico di arrivo).

CGIL. Confederazione Generale Italiana del Lavoro. V. Sindacato.

Chain. Termine generalmente utilizzato nel senso di "catena di distribuzione". V. Distribuzione.

Channel management. La gestione dei canali di distribuzione. V. Distribuzione.

Chat. Una volta che si è connessi in rete, serve per scrivere in tempo reale ad un altro utente della rete ("chattare").

Cheap. In chiave pubblicitaria identifica un prodotto di bassa immagine. Letteralmente, a buon mercato (v.).

Check-in. Operazione preliminare nei viaggi per via aerea, che si svolge in aeroporto presso l'area *check-in* e consiste nel controllo del biglietto e nel ritiro dei bagagli del passeggero.

Checkout. Spazio all'interno di un supermercato in cui si pagano le merci.

Check-up. Controllo.

Chuchotage. V. Interpretazione sussurrata.

Cibo-spazzatura (junk food). Alimenti di qualità scadente o cattiva, in alcuni casi dannosi per la salute.

Ciclo produttivo. L'insieme dei passaggi che deve fare un prodotto durante la sua fase di produzione.

CIDA. Confederazione Italiana Dirigenti di Azienda

CIF *Cost, Insurance and Freight* (porto specifico di arrivo)

CIP *Carriage and Insurance Paid to* (punto specifico di arrivo)

CISL. Confederazione Italiana Sindacati dei Lavoratori. V. Sindacato.

CISL Scuola. Sindacato della scuola. Lavoratori delle scuole di ogni ordine e grado.

CISL Università. Sindacato dell'Università. Personale docente e non docente degli Atenei e Centri universitari.

Cittadino nativo o autoctono. Chi è nato in un determinato paese.

CLACS. Coordinamento lavoratori autonomi del commercio e servizi. Comprende i lavoratori autonomi senza dipendenti, appartenenti a settori diversi.

Clandestino. Immigrato privo di permesso di soggiorno. Un cittadino straniero che è presente nel territorio di uno stato in violazione della normativa sull'ingresso e il soggiorno, avendo varcato la frontiera in maniera fraudolenta o in un punto non autorizzato. V. Accoglienza dello straniero, Respingimento alla frontiera, Espulsione dello straniero, Permesso di soggiorno.

Classe. Ripartizione basata su differenze nella tipologia di attrezzature e di servizi forniti ai passeggeri, valida nei mezzi di trasporto terrestri, aerei, marittimi, es. c. *business*, c. *turistica*.

Client di posta elettronica. Un programma residente sul computer che, connesso a un server di posta, consente la lettura e l'invio di messaggi di posta elettronica. In italiano: cliente.

Cliente o consumatore o acquirente o compratore. Chi acquista prodotti o servizi, rivolgendosi abitualmente a qualcuno.

Clientela. Tutti i clienti di un'azienda.

Clonazione. Nel settore sicurezza, la copia, es. *la clonazione delle carte di credito*.

Cluster. Consiste in un grappolo, vale a dire un insieme omogeneo di una qualsiasi unità analizzata (aziende, persone ecc.) rispetto ad una caratteristica ben precisa, ad es. il posizionamento sul mercato, oppure le dimensioni aziendali.

CNA. V. Confederazione Nazionale dell'Artigianato, Associazioni di categoria.

CNEL. Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro (v.).

CNR. Abbreviazione di Consiglio Nazionale delle Ricerche.

CO. CO. CO. o co.co.co. V. Collaborazione coordinata e continuativa.

Co-branding. Alleanza fra marche finalizzata a rilanciare un *brand* o due o più *brand*.

Codice a barre. Utilizzato sulla confezione o etichetta dei prodotti per il loro riconoscimento univoco ed esclusivo.

Codice Deontologico. L'insieme dei doveri inerenti a particolari categorie professionali di persone. Ad es., nel franchising i *franchisor* devono attenersi alle norme contenute nel regolamento dell'Assofranchising (Associazione Italiana del Franchising).

Coldiretti. Una associazione di rappresentanza e assistenza dell'agricoltura italiana, che raccoglie circa 570.000 imprese del settore, pari al 52% di quelle censite dalla Camere di commercio.

Collaboratore autonomo. V. Lavoro parasubordinato.

Collaboratore esterno. Lavoratore che collabora all'attività di un ente senza essere legato da rapporti di dipendenza.

Collaborazione coordinata e continuativa. Un tipo di rapporto di lavoro molto flessibile che si stabilisce *una tantum* con un contratto fra una persona fisica e un imprenditore o un altro professionista. In

generale nel contratto viene stabilito molto precisamente il tipo di prestazione ed il periodo di tempo in cui il collaboratore è tenuto a fornirla. Questo tipo di rapporto di lavoro differisce dal lavoro dipendente in quanto è "senza vincolo di subordinazione", cioè non prevede (o non dovrebbe prevedere) vincoli relativi a orari o modalità di esecuzione delle attività fra datore di lavoro e collaboratore. È caratterizzato da due aspetti principali: a) la continuità, nel senso che la prestazione non deve essere occasionale, bensì prolungata nel tempo; b) la coordinazione fra il lavoratore che, pur godendo di autonomia, riguardo alle modalità e al luogo dell'adempimento, deve comunque raccordarsi, funzionalmente e strutturalmente, con l'organizzazione produttiva del committente. Secondo il Codice Civile possiamo definire il co.co.co. lavoro parasubordinato in quanto prevede "rapporti di collaborazione che si concretino in una prestazione di opera continuativa e coordinata, prevalentemente personale, anche se non a carattere subordinato".

Collaborazione professionale. Una forma di collaborazione non vincolata dal punto di vista temporale, ma che può essere svolta da professionisti autonomi che hanno aperto la partita IVA.

Collegamento ipertestuale (link). Una parte dell'ipertesto che consente, cliccandoci sopra, di muoversi al suo interno.

Collettività. La comunità sociale.

Collocamento (placement). L'attività di inserimento in un contesto lavorativo.

Colloquio di assunzione (job interview). V. Colloquio di lavoro.

Colloquio di lavoro (job interview). Incontro fra uno o più selezionatori con uno o più candidati. In pratica è una conversazione col potenziale datore di lavoro (v.), svolta con uno o più selezionatori dell'azienda. Può essere individuale e/o di gruppo. Può richiedere lo svolgimento di test attitudinali (v.) e psicologici, o di esercitazioni.

Colloquio di orientamento. I servizi per l'impiego per favorire l'incontro fra domanda e offerta di lavoro sottopongono le persone senza lavoro a interviste periodiche e ad altre misure di politica attiva. In particolare la normativa più recente prevede un colloquio di orientamento entro tre mesi dall'inizio dello stato di disoccupazione e una proposta di adesione a iniziative formative entro sei mesi (quattro per i giovani, gli adolescenti e le donne in reinserimento lavorativo).

Colloquio selettivo. V. Colloquio di lavoro.

Commercialista. Libero/a professionista diplomato/a in ragioneria o simili, o dottore in economia e commercio, che fornisce consulenza fiscale e commerciale ad aziende e lavoratori.

Commerciant. Chi esercita professionalmente il commercio, es. *un commerciante di stoffe, di vini*.

Commercio ambulante. Attività che, grazie alle minori spese di gestione rispetto all'attività commerciale con sede fissa, favorisce i consumatori fornendo loro merci a basso costo.

Commercio elettronico. Indica lo svolgimento di attività commerciali e di transazioni tramite la rete Internet, con la possibilità di acquistare direttamente in rete prodotti e servizi, utilizzando carta di credito o altre forme di pagamento. In altre parole, è una modalità di vendita attraverso strumenti multimediali, con siti Internet specificamente dedicati. Ciò presuppone una fitta rete di relazioni con le banche, i servizi interbancari che gestiscono le carte di credito, i servizi postali e di trasporto, i servizi addetti alla logistica interni alle aziende madri o coordinati con le aziende terziste (v.).

Committente o cliente. Chi dà lavoro a prestatori autonomi o parasubordinati.

Commodity. Termine inglese entrato nel gergo eco-

nomico e commerciale (dal fr. *commodité*). Indica un prodotto generico e assolutamente standardizzato che non possiede elementi caratterizzanti che lo distinguano da prodotti concorrenti. A causa di questa peculiarità il suo mercato è caratterizzato da una forte prevalenza del prezzo sulle altre variabili del marketing-mix. La standardizzazione delle c. ne permette una facile negoziazione sui mercati internazionali, in particolare sotto forma di contratti *futures*. Sono esempi di c. le merci legate alla sopravvivenza di una popolazione, come i prodotti agricoli, o quelle che fanno funzionare l'economia di una nazione, come l'energia o le fonti energetiche, il legname e i metalli. Il prezzo di una c. viene fissato in apposite Borse Mercati, quali la NYMEX (New York Mercantile Exchange) che negozia alluminio, petrolio greggio, energia elettrica, ecc., la London Metal Exchange (LME) ed altre.

Comodato. Contratto con cui una persona concede a un'altra l'uso gratuito di un bene per un periodo determinato.

Compagnie di trasporti. S'intendono le compagnie sia pubbliche che private che assicurano i trasferimenti delle persone via terra, mare o aria.

Compenso. Remunerazione per i liberi professionisti.

Compenso lordo. Compenso dal quale non sono state tolte le ritenute. V. Compenso netto.

Compenso netto. Compenso dal quale sono state tolte le ritenute. V. Compenso lordo.

Competenze e abilità. Cosa sa fare il candidato. V. Competenze.

Competenze trasversali. Il bagaglio di competenze non legato specificamente a un determinato ruolo lavorativo, ma utile per interpretare diversi ruoli e svolgere con successo più professioni. Le c.t. uniscono capacità e requisiti professionali o attitudinali appartenenti ad aree diverse, ad es.: saper lavorare in gruppo, negoziare, comunicare, pianificare; saper interpretare ed elaborare informazioni; saper fare il *problem solving*; sapersi assumere delle responsabilità; avere spirito di adattabilità agli orari e ai ritmi di lavoro; avere desiderio di apprendere e di migliorare le proprie prestazioni; avere buone capacità organizzative e relazionali. In altre parole, le c. t. sono quelle che consentono di produrre un comportamento professionale flessibile in grado di trasformare il sapere e le capacità in prestazioni lavorative efficaci. Permettono cioè di ricoprire più di un ruolo lavorativo e di fornire prestazioni valide in più settori, es. *inventare un prodotto, brevettarlo, commercializzarlo, farne oggetto di merchandising, metterne il marchio in franchising*, ecc.

Competenze. Il "sapere" e l'esperienza specifici. I diversi tipi di caratteristiche individuali che hanno a che vedere con la corretta realizzazione di una prestazione lavorativa. a) C. cognitive: sono capacità lavorative che riguardano l'analisi dei problemi, la presa di decisioni e la valutazione delle conseguenze. b) C. di base: l'insieme di conoscenze e di abilità riconosciute necessarie per l'accesso ai corsi di formazione professionale. c) C. tecnico-professionali: l'insieme di abilità e conoscenze particolari di ogni specifico ambito lavorativo. d) C. relazionali: legate al produrre comportamenti professionali. Queste competenze variano per ogni settore professionale.

Competitività. La capacità di un'impresa o di un prodotto di competere con la concorrenza.

Compratore. V. Cliente.

Comprensorio. Raccoglie i lavoratori di un territorio geograficamente ben determinato da specifiche caratteristiche produttive, sociali, economiche e amministrative.

Computer grafica (computer graphics). L'insieme

delle tecniche, degli strumenti matematici e dei programmi finalizzati alla realizzazione di grafica col computer, in particolare relativi alla visualizzazione di oggetti generati con l'ausilio del computer e alla loro elaborazione.

Comunicazione aziendale. V. Promozione.

Comunicazione sul punto vendita. V. Merchandising. Cartello, Espositore, Frontalino, Layout merceologico, Display.

Concorrente. Una singola azienda o persona che compete con un'altra azienda o persona.

Concorrenza. La c. è la caratteristica principale delle economie di mercato, cioè è la capacità di un'impresa di essere competitiva rispetto ai propri concorrenti. Un'impresa può essere concorrenziale in relazione ai costi e/o rispetto a standard qualitativi che caratterizzano i propri prodotti.

Concorrenziale. Aggettivo che indica la capacità di un prodotto o servizio di affrontare e superare la concorrenza.

Concorso. Una forma di selezione indetta dallo stato o da un ente privato per assegnare impieghi.

Confcommercio. V. Associazioni di categoria.

Confederazione Nazionale dell'Artigianato (CNA). Organizzazione che riunisce gli imprenditori artigiani.

Conferenza. Discorso tenuto in pubblico.

Confesercenti. V. Associazioni di categoria.

Confetra. V. Associazioni di categoria.

Confezione. Involucro contenente il prodotto posto in vendita. È un importante veicolo di immagine. Soprattutto nella grande distribuzione, dove l'acquisto è a self-service, la c. ha assunto una crescente importanza; infatti ha il compito di distinguere un prodotto dagli altri e quindi di facilitare il suo acquisto. Inoltre favorisce l'effetto di ricordo e quindi la fedeltà al prodotto. Altro compito della confezione è quello di mantenere inalterata la fragranza e/o la bontà del prodotto e di essere anche fonte di informazione per il consumatore. V. Packaging.

Confezione gigante. Confezione proposta come offerta speciale (v.).

Configurazione di un account email. Processo di creazione di un account email, digitando l'indirizzo di email, il nome del pop server e del smtp server (forniti dal provider della casella di posta), il nome dell'account (solitamente coincide con l'identificato dell'email prima della @ e specificando la password che verrà chiesto ogni volta che si effettua il controllo della posta.

Confindustria. Associazione dei datori di lavoro. V. Associazioni di categoria.

Conflitto di lavoro. Vertenza fra i datori di lavoro e i prestatori d'opera che dà luogo ad una temporanea sospensione dell'attività lavorativa e/o astensione dal lavoro provocato da motivi estranei al rapporto di lavoro.

Conformismo. Atteggiamento tipico del conformista. Il processo sociale che implica l'adesione, da parte di una persona, agli standard comportamentali, valoriali e normativi di un gruppo di cui percepisce l'influenza.

Conformista. Chi si uniforma passivamente alla mentalità, alle opinioni e allo stile di vita di un determinato periodo.

Congedo di malattia. Un diritto del lavoratore, consistente nell'astensione dal lavoro per motivi di salute.

Congedo di maternità o paternità. Un diritto del lavoratore, consistente nell'astensione dal lavoro per motivi di maternità.

Congressista o convegnista. Chi partecipa a un congresso o convegno (i relatori, il pubblico).

Congresso. Simposio, convegno, *meeting*, *forum*.

Conoscenze. In genere, la padronanza di una materia o di un argomento specifico. In particolare: a) Le conoscenze teoriche riferite a quei contenuti disciplinari che vengono insegnati nei corsi di studi istituzionali (scuola, università, corsi di formazione professionale) e che costituiscono la base conoscitiva necessaria per intraprendere una professione. b) Le conoscenze tecniche legate a metodologie e modalità operative riferite all'attività professionale considerata. c) Le conoscenze organizzative riferite a quel patrimonio di conoscenze relative al contesto entro cui si realizza l'attività professionale (organizzazione aziendale, mercati di riferimento, ecc.); queste conoscenze sono acquisibili talvolta durante i corsi di studio, ma soprattutto attraverso ulteriori approfondimenti mediante colloqui durante percorsi di orientamento o con testimoni privilegiati.

Conoscenze tecniche (know-how). Nel franchising, e non solo, l'insieme delle conoscenze tecniche e commerciali relative alla produzione e commercializzazione di un determinato prodotto o servizio, che caratterizzano un marchio e che l'affiliante (*franchisor*) trasmette in esclusiva ai propri affiliati; il patrimonio segreto, sostanziale e individuato di conoscenze pratiche non brevettate dell'affiliante.

Consegna. Trasferimento del possesso di una merce, es. *siete pregati di inviare un rappresentante presso la Dogana di... per la consegna delle merci*.

Considerazione. Stima, buona reputazione, es. *l'azienda gode della massima considerazione fra i suoi stakeholder*.

Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro (CNEL). Organo previsto dall'articolo 99 della Costituzione italiana, istituito con la Legge n. 33 del 5-1-1957. Svolge consulenza per il Parlamento e il Governo, contribuisce alla elaborazione delle leggi economiche e sociali secondo i principi ed entro i limiti stabiliti dalla legge.

CONSOB. Abbreviazione di Commissione Nazionale per le Società e la Borsa. Autorità amministrativa indipendente, con una sua personalità giuridica e con piena autonomia, rivolta a tutelare gli investitori, l'efficienza, la trasparenza e lo sviluppo del mercato mobiliare italiano.

Consorzi. Accordi fra imprenditori che istituiscono una organizzazione comune per la disciplina o lo svolgimento di determinate fasi della loro attività.

Consorzi obbligatori. Organismi a cui obbligatoriamente devono aderire tutte le imprese che utilizzano un determinato tipo di materiale (carta, legno, oli minerali, ecc.).

Consulente del lavoro. Chi ha competenze specifiche nella gestione del personale dipendente per conto di piccole, medie e grandi imprese.

Consumatore finale. Chi fa direttamente uso del prodotto o fruisce del servizio acquistati. L'utente finale di un bene o di un prodotto.

Consumer. Consumatore o acquirente.

Consumer oriented. Qualità di una azienda la cui politica commerciale è orientata al consumatore finale.

Consumer price. Prezzo al pubblico.

Consumismo. a) Tendenza a incentivare il consumo di beni anche non necessari. b) Atteggiamento dei consumatori propensi al consumo eccessivo, attività dello sprecare, del consumare esageratamente.

Consumo. La destinazione finale di beni e servizi prodotti, rivolti a soddisfare i bisogni umani.

Consumo informato. Quello in cui il consumatore è cosciente di ciò che consuma. V. Filliera.

Contabilità. Quella parte della ragioneria che si occupa della tenuta dei conti.

Container da trasporto. Cassone metallico con misure regolamentate, adibito al trasporto di merci per

via aerea, terrestre e marittima.

Conto profitti e perdite. Documento contabile in cui vengono registrate tutte le voci positive e negative del reddito di esercizio di una azienda.

Contraffazione o falsificazione. Una imitazione fatta con l'intento di essere scambiata per l'originale. Fenomeno in crescita nel campo dell'abusivismo commerciale, inteso come commercializzazione di beni in mancanza della autorizzazione prescritta o di beni non previsti nell'autorizzazione concessa. La riproduzione di un bene contraffatto è fatta in modo così fedele da ingannare anche un consumatore esperto o un commerciante. V. Pirateria.

Contrattare titoli. Vendere e comprare azioni, obbligazioni, *futures* (v.).

Contrattazione. L'atto o il risultato del contrattare.

Contratti a termine (futures). Contratti sul valore futuro delle materie prime. Sono standardizzati per poter essere negoziati facilmente in Borsa. Con tali contratti le parti si obbligano a scambiarsi alla scadenza un certo quantitativo di determinate attività finanziarie a un prezzo stabilito; oppure, nel caso di *future* su indici, a liquidarsi una somma di danaro pari alla differenza fra il valore dell'indice di riferimento alla stipula del contratto e il valore di tale indice nel giorno di scadenza.

Contratto a progetto. Un contratto di collaborazione coordinata e continuativa che si riconduce a un progetto, programma di lavoro o fase di esso.

Contratto a tempo determinato. V. Contratto a termine.

Contratto a tempo indeterminato. È il contratto base, "tipico" (in contrapposizione ad altri tipi di contratti definiti "atipici" v. Contratti di lavoro atipici). Non prevede una scadenza, assicurando così al dipendente una maggiore stabilità e sicurezza rispetto ad altre forme di contratto. L'assunzione a tempo indeterminato è regolata dai cosiddetti "contratti nazionali di categoria", che fissano diritti e doveri all'interno di tutte le aziende di un determinato settore. In caso di risoluzione del contratto, indipendentemente dal motivo, il lavoratore ha diritto a percepire il TFR (Trattamento di fine rapporto). V. CNCL, TFR.

Contratto a tempo parziale o part-time. Un rapporto di lavoro stabile, non precario, caratterizzato da un orario stabilito dal contratto individuale di lavoro, inferiore all'orario di lavoro normale detto *full-time*. Tipologia di lavoro che può essere utilizzata sia in rapporti di lavoro a tempo determinato, sia in quelli a tempo indeterminato. Il trattamento economico viene calcolato in proporzione all'orario di lavoro. Non è consentito il lavoro straordinario. Nel caso in cui l'azienda proceda a nuove assunzioni a tempo pieno, i lavoratori a part-time hanno il diritto di precedenza. Si tratta di contratti che prevedono lo svolgimento di attività lavorativa secondo due modalità: a) a orario ridotto rispetto a quello ordinario (*full time* o tempo pieno) previsto dalla contrattazione nazionale ("part-time orizzontale"); b) per determinati periodi nel corso della settimana, del mese, dell'anno (part-time verticale).

Contratto a termine o a tempo determinato. Stipulato dal datore di lavoro in base a motivi di carattere: tecnico, ad es. per assumere personale con professionalità diversa; produttivo e organizzativo, ad es. per fare fronte a picchi di produzione, per lavori stagionali; sostitutivo (ad es. per sostituire lavoratori assenti per malattia, maternità, aspettativa); per realizzare opere di carattere straordinario, quando si tratta di lavoratori in liste di mobilità. Si tratta di un contratto ove, già all'atto della stipulazione, si fissa un termine per la cessazione del rapporto di lavoro che alla scadenza automaticamente si risolve. Il lavoratore con contratto a tempo determinato ha diritto

allo stesso trattamento economico riservato a dipendenti a tempo indeterminato.

Contratto atipico. Include varie nuove forme di contratto di lavoro para-subordinato in cui non si costituisce un rapporto di lavoro dipendente, ma in cui la collaborazione avviene in forma "autonoma" con minori garanzie per il lavoratore. Non esiste una delimitazione univoca delle tipologie di lavoro che rientrano nei contratti atipici. Per alcuni, in questi contratti rientrerebbero soltanto i contratti di collaborazione — collaborazione coordinata e continuativa (v.) e prestazione occasionale (v.)—; per altri, la definizione di atipico si estenderebbe a tutte le tipologie che si differenziano dall'unica forma veramente "tipica" di lavoro, cioè quella a tempo indeterminato, comprendendo quindi anche il lavoro interinale, l'apprendistato, la formazione lavoro, il job sharing (v.).

Contratto collettivo nazionale di lavoro (CCNL). Stipulato fra associazioni di lavoratori e datori di lavoro per regolare gli aspetti normativi ed economici dei rapporti di lavoro individuali.

Contratto di apprendistato. Contratto a contenuto formativo in cui il datore di lavoro garantisce sia una formazione professionale, sia un corrispettivo per l'attività svolta dal lavoratore; il rapporto è basato su un patto fra datore di lavoro e apprendista, che accetta condizioni contrattuali peggiori —di retribuzione, di durata del rapporto ecc.— in cambio di una importante formazione specializzata che favorisca la sua crescita professionale. L'apprendistato può essere di tre tipi: a. per il conseguimento del diritto-dovere di istruzione; a. pprendistato professionalizzante; a. pprendistato per il conseguimento del Diploma di Alta formazione.

Contratto di collaborazione. Detto anche contratto parasubordinato, perché non instaura un rapporto di lavoro dipendente, bensì una forma di prestazione professionale con modalità, durata e compenso stabiliti dal contratto stesso che viene stipulato fra le parti. Questa tipologia comprende la collaborazione coordinata e continuata (v.) e la prestazione occasionale d'opera (v.). In entrambi i casi non è necessario aprire la partita IVA o iscriversi agli albi professionali.

Contratto di collaborazione coordinata e continuativa o "co.co.co." Accordo fra un collaboratore e un committente che ha per oggetto una prestazione d'opera; è stato sostituito dal contratto di lavoro a progetto (v.).

Contratto di formazione e lavoro o CFL. Contratto di lavoro subordinato a tempo determinato in cui il datore di lavoro ha l'obbligo di fornire sia la normale retribuzione in denaro, sia una formazione lavorativa specifica; è molto simile al contratto di apprendistato ma deve durare 12 o 24 mesi e prevede che l'azienda mantenga in servizio almeno il 60% delle persone che avevano un contratto identico nei 24 mesi precedenti.

Contratto di franchising. Accordo fra affiliante (*franchisor*) e affiliato (*franchisee*) che fissa diritti e doveri delle due parti e tutte le caratteristiche formali della formula franchising in questione.

Contratto di inserimento. Contratto di lavoro subordinato a tempo determinato, "diretto a realizzare, mediante un progetto individuale di adattamento delle competenze professionali del lavoratore a un determinato contesto lavorativo, l'inserimento o il reinserimento nel mercato del lavoro." (art. 54 d.lgs. n.276/2003). In pratica è un meccanismo sostitutivo del contratto formazione/lavoro, destinato all'inserimento nel mondo del lavoro, di "fasce deboli", mediante un progetto individuale. Facilita cioè la difficile collocazione dei disoccupati o inoccupati: giovani fra i 18 e 29 anni, disoccupati ultra-cinquantenni, disoc-

cupati di lunga durata di età da 29 a 32 anni, donne di qualsiasi età residenti in zone ad alto tasso di disoccupazione femminile, persone con grave handicap.

Contratto di lavoro. Accordo che regola il rapporto giuridico fra lavoratore e datore. V. i vari tipi di Contratto.

Contratto di lavoro a cottimo. Pagato in base alla quantità della produzione.

Contratto di lavoro a domicilio. La prestazione lavorativa è resa al domicilio del lavoratore, cioè in locali di cui lui/lei ha la disponibilità.

Contratto di lavoro a progetto o "co.pro". Ha sostituito il contratto di collaborazione coordinata e continuativa; prevede una collaborazione riferita a un singolo progetto o programma di lavoro; il rapporto si crea in base a una trattativa privata fra datore di lavoro e dipendente, che non sempre ha lo stesso potere contrattuale.

Contratto di lavoro agricolo. Riservato ai coltivatori diretti, una categoria di lavoratori autonomi occupati nella coltivazione diretta dei terreni agricoli; devono dimostrare di impegnare almeno i 2/3 del proprio tempo lavorativo alla coltivazione dei terreni, per almeno 1.500 ore annue, e di ricavare dall'attività agricola almeno i 2/3 del loro reddito.

Contratto di lavoro domestico. L'attività lavorativa è resa alle dipendenze di un datore di lavoro e nella sua abitazione, ad es. in qualità di "colf" —collaboratore familiare—, giardiniere, istitutore, cameriere, ecc.

Contratto di lavoro intermittente o "a chiamata" o job on call. Stipulato quando un lavoratore si mette a disposizione di un datore di lavoro per svolgere prestazioni discontinue o intermittenti, previste dai contratti collettivi nazionali o territoriali.

Contratto di lavoro ripartito o condiviso o job sharing. Tipologia di contratto di lavoro con il quale due lavoratori si impegnano ad adempiere in solido ad un'unica e identica obbligazione di lavoro.

Contratto di lavoro temporaneo o interinale o "in affitto". Stipulato per una tipologia di lavoro a carattere temporaneo, detto anche "fornitura di lavoro temporaneo", che ha preceduto il contratto di somministrazione di lavoro (v.) e che era gestita dalle vecchie agenzie o aziende di lavoro interinale (v.), oggi sostituite dalle cosiddette "agenzie per il lavoro" (v.). Questo rapporto è fra tre agenti: il somministratore —l'agenzia per il lavoro— il lavoratore, e l'azienda. Non si costituisce un rapporto di lavoro dipendente, e la collaborazione avviene in forma "autonoma", con minori garanzie per il lavoratore. In pratica un lavoratore viene assunto temporaneamente da un'apposita agenzia interinale, la quale, a sua volta lo cede (lo "affitta") a un'azienda che lo utilizzerà per un periodo limitato di tempo. V. Lavoro interinale o atipico o temporaneo.

Contratto di leasing di manodopera o staff leasing. Forma di contratto interinale a tempo indeterminato con il quale si "affitta" una squadra di persone anziché un singolo lavoratore.

Contratto di noleggio. Documento necessario per effettuare il trasporto aereo o marittimo.

Contratto di solidarietà. Contratto stipulato per evitare licenziamenti quando un'azienda ha un'eccedenza di personale. Tale contratto prevede una riduzione dell'orario di lavoro per tutti i dipendenti, che godranno di un'integrazione salariale a carico dello Stato per compensare parzialmente la perdita economica derivante dal minor numero di ore lavorate.

Contratto di somministrazione di lavoro. Un contratto affine alla disciplina del lavoro interinale, ma che prevede più casi di applicazione; il rapporto lavorativo instaurato è fra il lavoratore e l'Agenzia per il lavoro, che per legge dovrà retribuire il lavoratore in

maniera adeguata alla tipologia di contratto dell'azienda utilizzatrice. La Somministrazione di lavoro sostituisce il rapporto di lavoro interinale precedentemente presente nel diritto del lavoro, e istituito dalla legge n° 196/1997, c.d. riforma Treu.

Contratto di telelavoro. Stipulato secondo una modalità di lavoro che permette di lavorare principalmente da casa propria, mediante l'uso di strumenti telematici e informatici.

Contratto flessibile. Fenomeno degenerativo nel settore del lavoro che include il lavoro *part-time*, i contratti a termine, il lavoro interinale (v.) e il lavoro parasubordinato (v.), che creano precariato (v.). V. Contratto atipico.

Contratto individuale o singolo. Stipulato fra un datore di lavoro —persona fisica o giuridica— e un lavoratore o persona fisica, per la costituzione di un rapporto di lavoro.

Contratto stagionale. Ha un termine iniziale e finale, generalmente riferito a un determinato periodo dell'anno es. *assistente cuoco in luoghi di villeggiatura, animatore presso villaggi turistici, vendemmiatore*.

Contrattualistica. Parte del diritto civile che si occupa del diritto delle obbligazioni e contratti.

Contributi assistenziali e previdenziali. Somme di denaro destinate a finanziare le prestazioni pensionistiche e tutte le altre prestazioni previdenziali ed assistenziali (in caso di malattia, infortuni sul lavoro, maternità, disoccupazione, ecc.) a cui tutti i lavoratori hanno diritto. Nel caso del lavoratore dipendente, l'ammontare dei contributi si calcola in percentuale sulla retribuzione lorda del lavoratore. Una parte è a carico del lavoratore (trattenute previdenziali). Un'altra parte è a carico del datore di lavoro (oneri sociali). Il contributo previdenziale è relativo alla previdenza sociale.

Controller o responsabile del controllo di gestione. Chi, in tutti i tipi di imprese, consente l'interpretazione e la valutazione dell'attività aziendale.

Controllo di gestione. Sistema che ha lo scopo di mantenere la gestione aziendale sugli obiettivi pianificati e di prendere misure adatte a mantenerli.

Controterzismo. Termine che individua la prassi di affidare ad altre imprese l'esecuzione di parti del processo produttivo.

Convegnista. Chi partecipa a un convegno.

Convegno. Riunione fra esperti per discutere di un argomento scientifico, tecnico, economico ecc.

Convenience store. Negozio ad assortimento limitato specializzato in articoli ad alta rotazione.

Convenienza. Nel commercio, utilità o tornaconto di natura economica, es. *settimana della convenienza*.

Convergenza. La proprietà di ciò che converge, la tendenza a dirigersi su un punto unico.

Cooperativa. Impresa che ha scopo mutualistico in cui i soci si uniscono per perseguire uno scopo comune. In pratica è una associazione di almeno 9 persone (o soci) al fine di ottenere dalla gestione in comune di un'attività economica condizioni più vantaggiose di quelle offerte dal mercato; normalmente favorite da provvedimenti fiscali emanati dai vari governi per facilitare il lavoro di agricoltori, artigiani ed edili. Imprese collettive che svolgono attività economica senza fine di lucro.

Cooperativa sociale. Tipo particolare di cooperativa che gode di particolari agevolazioni e sgravi fiscali (Legge 381/1991), che si distingue dalle normali cooperative poiché il suo scopo sociale non è solo quello di soddisfare i bisogni dei soci, ma anche quello di rispondere all'interesse generale della collettività. La c.s. può avere tre tipi di soci: 1. soci lavoratori, che partecipano all'attività della cooperativa svolgendo la normale attività lavorativa; 2. soci volontari, che prestano la propria opera gratuitamente; 3. soci lavoratori

disagiati (appartenenti a categorie di soggetti svantaggiati), che operano all'interno della cooperativa in base a due bisogni: disporre di un'occupazione remunerata e sperimentare l'inserimento sociale. Possono essere di due tipi: Tipo A, quelle che forniscono servizi socio-sanitari ed educativi (utilizzano soci lavoratori e soci volontari); Tipo B, che hanno la finalità di inserire al lavoro persone svantaggiate (invalidi, tossicodipendenti, minori, condannati ammessi a misure alternative alla detenzione, ecc.).

COPA. Abbreviazione di Comitato delle organizzazioni professionali agricole dell'Unione europea. Organizzazione degli imprenditori agricoli europei.

Copertura del mercato. Strategia riferita alla quantità di rivenditori raggiunti dalla distribuzione. **Copertura del mercato.** Strategia riferita alla quantità di rivenditori raggiunti dalla distribuzione.

Corner. Una zona di un locale commerciale adibita a spazio di esposizione e vendita di un prodotto che l'affiliante concede all'affiliato.

Corporate Social Responsibility (CSR). V. Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI).

corr. Corrente

Corriere. Autotrasportatore.

Corruzione. Si parla di corruzione quando un pubblico ufficiale accetta o si fa promettere denaro o altri beni (ad es. un'automobile o una villa) per "facilitare" una procedura di cui dovrebbe occuparsi nell'ambito del suo lavoro. Questo reato è punibile con una condanna che, nei casi più gravi, raggiunge i cinque anni di carcere. In caso di corruzione, poi, sono ritenuti responsabili sia il corruttore sia il corrotto; entrambi infatti sono interessati nel richiedere o concedere favori.

Cort. att. (Alla) cortese attenzione di.

Cost pricing. Determinazione di un prezzo partendo dai costi.

Costo. Prezzo pagato per l'acquisto di un prodotto o servizio.

Cottimo. Retribuzione basata sulla produzione realizzata, a prescindere dalle ore di lavoro ad es., *qui si lavora a cottimo*.

Counterpack. Contenitore per l'esposizione dei prodotti su di un banco o altra superficie piana del negozio.

Couponing. Attività del distribuire buoni sconto o coupon. V. Distribuzione di buoni sconto.

CPT Carriage Paid To (punto specifico di arrivo)

CPT V. Centri di permanenza temporanea.

Creativi. Consulenti pubblicitari del *namig* ecc.

Credit manager. Chi gestisce il credito commerciale nelle aziende, stabilendo quando e a chi concederlo.

Credito al consumo. Forma di prestito individuale che si effettua per i finanziamenti di società commerciali o anche per le spese correnti.

Credito all'esportazione. Emissione di lettere di credito (v.).

Credito documentario. Una operazione bancaria, es. con lettera di credito, utilizzata molto frequentemente per il regolamento di transazioni commerciali interne ed internazionali.

Creditore (agg. e sost.). Chi ha un diritto di credito. V. *Debitore*.

Crisi economica. Periodo caratterizzato da calo della produzione e/o del reddito.

CRM (Customer Relations Management). V. Gestione delle Relazioni coi Clienti.

Cuccetta. Lettino isolato, o sovrapposto ad altri identici, presente in treni e navi.

Curriculum vitae o CV o curriculum. Letteralmente: "storia della vita", che contiene la sintesi delle proprie esperienze di studio e di lavoro. Documento redatto da chi ricerca lavoro per essere inviato a un potenziale datore di lavoro. Il suo obiettivo è ottenere un colloquio. Descrive la carriera scientifica, burocratica o ac-

cademica di una persona, dalla sua formazione teorica a una sintesi delle fasi di carriera. È allegato a una lettera di accompagnamento indirizzata all'azienda. V. Psicomedia.

Customer Relationship Management (CRM). V. Gestione delle Relazioni coi Clienti.

Customer satisfaction. Letteralmente sta per soddisfazione del cliente. V. Soddisfazione del cliente.

Customer service. Servizio offerto dalle aziende per soddisfare le richieste dei clienti. V. Servizio al cliente.

Cut price. Taglio di prezzo. Generalmente intesa come azione di promozione con riduzione temporanea del prezzo.

CV spendibile. Curriculum vitae adatto a essere messo sul mercato del lavoro.

CV. V. curriculum vitae.

Cyberpolizia. La vigilanza sulla rete telematica per individuare pirati informatici e prevenire la diffusione di virus.

D/P Pagamento contro documenti

DAF *Delivered At Frontier* (confine specifico)

DAMS. Abbreviazione di Discipline delle Arti, Musica e Spettacolo, presso la Facoltà dell'Università degli studi di Bologna.

Danneggiato. Che ha subito un danno, es. *l'imballaggio delle merci è danneggiato*.

Data di scadenza. Termine di tempo entro il quale deve verificarsi un determinato evento.

Data mining. In assenza di una definizione universalmente accettata, il d. m. può essere considerato come quel processo che si occupa di estrazione, a partire da grandi database, di informazioni valide, utilizzabili e precedentemente sconosciute e il successivo utilizzo di tali informazioni per prendere decisioni importanti negli affari.

Data Warehouse Manager. Gestore di Banca dati aziendale, *Data Base Manager*.

Database. V. Base di dati.

Database processing. V. Sistemi informativi.

Datore di lavoro. Chi ha alle proprie dipendenze lavoratori subordinati retribuiti.

Dazio. Somma dovuta allo Stato per l'entrata o l'uscita di merci dal suo territorio.

DDP *Delivered Duty Paid* (località)

DDT V. Documento di trasporto

DDU *Delivered Duty Unpaid* (località)

Dealer. Intermediario commerciale riferibile al rivenditore o concessionario.

Dealer price. Prezzo al rivenditore.

Dealer's brand. Marche cosiddette commerciali in quanto i prodotti sono venduti con il nome del distributore.

Debitore (agg. e sost.). Chi deve denaro ad altri. V. Creditore.

Decollare. L'azione di staccarsi da terra fatta da un velivolo.

Default. Il non rispetto di alcune clausole presenti nei contratti di prestito, ad es. il mancato pagamento di una rata.

Deficit pubblico. Differenza in negativo fra le entrate e le uscite di una pubblica amministrazione.

Delocalizzazione della produzione (*offshoring*). Politica aziendale che frammenta e suddivide settori o parti del suo processo operativo in varie zone geografiche, per raccogliere i vantaggi della globalizzazione.

Deontologia. Gli obblighi comuni a tutti coloro che esercitano la stessa professione.

Depliant o pieghevole. Foglio illustrativo di un prodotto o foglio pubblicitario. Materiale informativo che le aziende danno ai clienti per illustrare le caratteristiche dei prodotti e servizi che offrono, e che accompagna il loro catalogo.

Depositare un brevetto. V. Brevetto. Garantirsi un

brevetto.

Depositorio (*Warehouse Keeper*). Chi è autorizzato a gestire un deposito doganale o un magazzino di custodia temporanea.

Deposito. Somma depositata o oggetto depositato. **Deposito titoli.** Indica il contratto stipulato fra la banca e il depositante di titoli perché siano gestiti e custoditi.

DEQ *Delivered Ex Quay* (porto specifico)

Deregulation. Termine usato per indicare che sono stati tolti i vincoli che regolavano un determinato settore.

DES *Delivered Ex Ship* (porto specifico)

Design. L'aspetto grafico armonioso, esteticamente equilibrato che viene dato durante la progettazione a oggetti di uso comune da parte di progettisti che ne studiano l'aspetto visivo ed ergonomico.

Design accattivante. Produce impatto visivo, evoca sensazioni che spingono il consumatore all'acquisto.

Destinatario. La persona o ente a cui si indirizza qualcosa.

Determinismo culturale. La dottrina filosofica che afferma che qualsiasi evento, azione o scelta dell'uomo siano determinati dalla cultura, all'interno della quale hanno avuto luogo e si sono sviluppate tutte le sue precedenti esperienze.

Dettagliante (*retailer*). Intermediario commerciale che si occupa di vendita al dettaglio.

Diaria. Somma dovuta al lavoratore come rimborso spese per ogni giorno di lavoro svolto al di fuori della sede.

Difesa/tutela del consumatore. V. Federconsumatori.

Digitale. Tecnologia basata sulla riduzione di informazioni (immagini, suoni, dati) a stringhe di bit. Molto diffusa nel cinema e nella televisione. Gli effetti speciali sono spesso elaborati al computer, nel cinema si cominciano ad utilizzare telecamere digitali come nella televisione.

Dilettante. Chi manca di esperienza e di abilità e si occupa di qualcosa in modo superficiale.

Dilettantismo. Atteggiamento o comportamento tipico del *dilettante* (v.)

Dimettersi o dare le dimissioni. Recedere da un contratto di lavoro pubblico o privato o da una carica.

Dipartimento per i Diritti e le Pari Opportunità. Istituito nel 1996. Si dedica al coordinamento delle iniziative normative e amministrative in tutte le materie collegate alla progettazione e alla attuazione delle politiche delle pari opportunità.

Dipendente. V. Lavoratore dipendente.

Diplomi universitari. Laurea breve, di durata triennale, gestita dalle Università anche con finanziamenti regionali.

Direct mail. Sollecitazioni inviate per posta alle mailing list aziendali.

Direct marketing. Tecnica con la quale l'azienda intende realizzare uno scopo sul consumatore finale, non necessariamente di vendita. Ad es. un'azione di "D.M." è quella di indirizzare il cliente su un determinato punto vendita e ottenere la risposta del cliente. Fra i mezzi più usati: gli annunci stampa con *coupon* (tagliando) di risposta, gli invii postali (*direct mail*), gli *spot* televisivi contenenti un annuncio, il telefono (*telemarketing*). Il D.M. permette di verificare quantitativamente le risposte del consumatore finale (*redemption*) in modo certo e quindi rende possibile anche test preliminari prima di un lancio in grande stile o su vasta scala.

Direct selling. V. Vendita diretta o marketing faccia a faccia.

Direttore del Marketing Operativo. Chi realizza e segue i piani strategici trasmessi dal marketing strategico, per raggiungere gli obiettivi commerciali fissati



dall'azienda.

Direttore del Marketing Strategico. Chi formula indagini di mercato sul target dei consumatori e piani strategici destinati a promuovere e sviluppare un prodotto o servizio.

Direttore di centro commerciale. Chi ha responsabilità collegate a pubblicità, pubbliche relazioni e merchandising.

Direttore di Filiale. Chi è responsabile del risultato operativo del punto vendita.

Direzione logistica. Ufficio aziendale che si occupa di gestione delle scorte, immagazzinaggio e movimento delle merci in arrivo e in partenza, e del trasporto delle merci verso i punti di vendita.

Direzioni intermedie. L'insieme dei dirigenti responsabili di determinati settori di un'azienda: direttore amministrativo, direttore del personale ecc.

Dirigente. Chi svolge mansioni direttive, chi sta in alto per gerarchia, per livelli di responsabilità.

Diritto d'entrata (*entrance fee o initial fee*). Il compenso corrisposto dall'affiliato all'affiliante, a fondo perduto oppure a titolo di cauzione, per contribuire alle spese organizzative necessarie alla realizzazione del programma di franchising.

Diritto del lavoro. Insieme di norme che disciplinano il lavoro.

Diritto di sciopero. Strumento della lotta sindacale dei lavoratori. Un diritto del lavoratore, consistente nell'astensione volontaria dal lavoro. V. Sciopero.

Disappunto. Senso di fastidio, delusione che si verifica a causa di circostanze contrarie e inaspettate, es. *notiamo con disappunto che l'articolo da voi inviatici non è quello da noi ordinato*.

Disciplinari di produzione integrata. Insieme di norme emanate per regolare i metodi della produzione integrata, che si propone di ridurre l'impiego di mezzi chimici.

Discount. Negozio (con una superficie quasi sempre inferiore a 500 mq.) che vende prodotti con forti sconti. Questa struttura di vendita al dettaglio, che funziona in self-service, è caratterizzata dalla presenza di prodotti non di marca in assortimento limitato e a basso costo. D. significa letteralmente sia "sconto" e richiama l'idea di un negozio che pratica sconti in modo continuativo. I prodotti di marca sono poco presenti. Non sempre questi negozi mantengono nel tempo la varietà dell'assortimento.

Discriminare gli acquisti. Concetto legato al consumo (v.).

Discriminazione. a) Distinzione. b) Disparità di trattamento rivolta a chi è (percepito come) diverso.

Discriminazione razziale. La discriminazione razziale si verifica nel caso in cui una persona è trattata in modo meno favorevole, a paragone di altri, a causa della sua appartenenza a un gruppo identificabile in base al colore della pelle o all'origine etnica o nazionale, e che per questo motivo ha accesso ad un minor numero di risorse comuni, oppure ha un accesso limitato o negato a determinate opportunità.

Disempowerment. Il processo di esclusione sociale delle persone a cui è negato l'accesso al potere e alla capacità di autodeterminazione.

Disimballare, sballare. Togliere l'imballaggio o imballo.

Disoccupato. Status lavorativo di chi non ha un lavoro. Nel concetto di "disoccupazione" in senso generico, cioè riferito a tutte le persone in cerca di occupazione, rientrano tutti quelli che: si dichiarano in cerca di lavoro; sono immediatamente disponibili a lavorare; hanno svolto concrete azioni di ricerca del lavoro nei trenta giorni precedenti la rilevazione. All'interno del concetto di "disoccupato" in senso generale troviamo tre sottosistemi: a) i disoccupati in "senso stretto": persone che avevano un lavoro ma

lo hanno lasciato o perso e ne stanno cercando un altro; b) l'insieme delle persone in cerca di una prima occupazione, che comprende, oltre a chi non ha mai lavorato, anche chi ha abbandonato un'attività ed è alla ricerca di una nuova attività da almeno un anno; c) le "altre persone in cerca di lavoro": sottoinsieme composto da persone che si dichiarano casalinghe, studenti oppure "ritirati dal lavoro" che rientrano nei requisiti di ricerca e disponibilità già elencati.

Disoccupato di lunga durata. Il Decreto Legislativo 297/2002 considera tale chi, dopo aver perso un posto di lavoro o aver cessato un'attività di lavoro autonomo, sia alla ricerca di una nuova occupazione da più di dodici mesi o da più di sei mesi se è un giovane.

Dispenser. Espositore che consente al consumatore di prelevare direttamente il prodotto. È intesa anche come macchina che distribuisce in modo automatico, previo l'inserimento di una moneta o gettone, una determinata quantità di merce.

Display. I criteri seguiti nella sistemazione della merce nelle varie aree della superficie di vendita e le conseguenze sulla confrontabilità e visibilità dei prodotti.

Display contenitore. Espositore che permette l'esposizione della merce nelle vetrine o all'interno dei negozi e che generalmente riporta anche un testo pubblicitario.

Distretto. Per distretto si intende un'entità territoriale caratterizzata dalla copresenza attiva, in un'area circoscritta, di una comunità di persone e imprese, ciascuna delle quali è specializzata in una o poche fasi e funzioni riguardanti una determinata industria o industrie affini, impegnate nella produzione di beni o servizi destinati a soddisfare i bisogni dell'industria tipica di quel distretto.

Distribuzione. Una delle "4P" (*Place*) del marketing mix. Lo strumento attraverso cui le imprese produttrici e distributrici immettono merci e servizi sul mercato.

Distribuzione di buoni sconto. Azione promozionale che prevede la distribuzione ai consumatori di talloncini di carta che, presentati al rivenditore, danno diritto allo sconto sul prodotto in essi indicato. V. Marketing diretto.

Distribuzione di campioni gratuiti di merce. Una forma di promozione del prodotto. V. Promozione delle vendite.

Distribuzione modale. Il termine si riferisce alla modalità di trasporto utilizzate nella distribuzione, ad es. *trasporto su gomma, via acqua*, ecc.

Distribuzione organizzata (DO). Struttura formata da associazioni di imprese e da gruppi di acquisto. V. GDO.

Dividendo. La quota o parte dell'utile netto annuale di una società per azioni che spetta al socio azionario. In altre parole è l'utile distribuito da una Società ai propri soci in base a quanto deliberato dall'assemblea che ne ha approvato il bilancio. A discrezione dei possessori del titolo, i dividendi possono essere soggetti sia a tassazione del 12,50%, sia a credito di imposta.

DOC. Denominazione di origine controllata.

DOCG. Denominazione di origine controllata e garantita.

Documento di trasporto o DDT. Documento fiscale che serve a giustificare il trasferimento di un materiale da cedente a cessionario mediante il trasporto. V. Cedente, Cessionario.

Dog. Prodotto con una bassa quota di mercato in un mercato fermo. V. Mercato fiacco.

Dogana. a) Ufficio fiscale che riscuote i tributi a cui sono sottoposte le merci che entrano ed escono dal territorio dello Stato. b) Il complesso degli impiegati addetti al controllo doganale.

Domanda. Beni o servizi richiesti dai consumatori e dal mercato economico.

Domanda di assunzione. V. Domanda di lavoro.

Domanda di lavoro. a) Lettera scritta dal candidato a un datore potenziale. b) L'insieme delle richieste di lavoratori espresse dai datori di lavoro, pubblici e privati. Rappresenta, in altre parole, il totale dei posti di lavoro che occorrono in un dato momento nei diversi settori e comparti economici e produttivi.

Door-to-door. V. Vendita porta a porta.

DOP. Denominazione di origine protetta.

Dottore commercialista. Un esperto in tutta la complessa materia fiscale, tributaria e giuridica delle gestioni patrimoniali.

Down market. Mercato indicato per il segmento meno abbiente della popolazione.

Dpef. Documento di programmazione economica e finanziaria. Nel documento di non più di venti pagine, il governo fa le previsioni su come andrà l'economia l'anno seguente e indica con quali strumenti pensa di fare quadrare i conti. Ad es. tagliando le spese o aumentando le tasse.

Drop. Calo delle vendite.

Drugstore. Emporio (tipico dei paesi anglosassoni) con orari molto ampi, assortimenti molto eterogenei e con articoli generalmente ad alta rotazione.

Dumping. Azione tesa a praticare un prezzo di vendita al pubblico inferiore al prezzo di costo comunemente definito "sottocosto". Nel caso di aziende multinazionali, si parla di *d.* in presenza di prezzi all'esportazione nettamente inferiori a quelli praticati sul mercato interno. Attualmente l'accusa di *d.* è rivolta alle aziende cinesi da parte delle concorrenti occidentali per la politica di prezzo aggressiva praticata soprattutto nei settori dell'elettronica e dell'abbigliamento.

Duty-free shop. Punto vendita, solitamente collocato negli aeroporti o sulle navi, in cui i prodotti non sono gravati da imposte.

DVD (*Digital Video Disk*) Disco ottico simile al CD-ROM ma che può contenere molti più dati.

e.c. Estratto conto

Early warning. V. Avviso tempestivo.

Easy market. Mercato lento, poco dinamico e attivo.

E-business (contrazione di "electronic business"). V.

Affari elettronici.

EC. V. Eurocity.

Eco-compatibile. Compatibile con l'ambiente. Pratica che non danneggia l'ambiente.

Ecofin. Il Consiglio dei ministri dell'Economia dei 25 Paesi dell'Unione europea. Si riunisce due volte al mese e ha il compito di coordinare la politica economica dei vari Stati per creare più benessere e posti di lavoro.

Ecologia. Scienza che studia i rapporti fra gli organismi e l'ambiente circostante al fine di limitare o eliminare gli effetti negativi.

E-commerce. V. Commercio elettronico.

Economia aziendale. Disciplina scientifica che si dedica all'elaborazione di conoscenze e teorie utili per il governo economico di ogni tipo di azienda

Economia di mercato o capitalismo. Compravendita di beni capitali (inclusi la terra e il lavoro) in regime di libero mercato, da parte di persone giuridiche e società.

Effetto alone. Influenza positiva e trainante per le vendite esercitata dall'immagine di un prodotto, di una marca o di un paese su altri prodotti della stessa marca o paese.

Effetto farfalla. La definizione formale dell'e. f. è conosciuta in termini di *dependenza sensitiva dalle condizioni iniziali*. In sintesi, l'e. f. afferma che i cambiamenti minimi nelle condizioni iniziali di un evento possono condurre a grandi cambiamenti in un risultato successivo. La comune metafora usata per illustrare l'effetto è: «Se oggi una farfalla batte le ali a

Tokio, fra un mese può causare un uragano in Brasile». Indica cioè un fattore localizzato che può avere conseguenze globali: una sorta di effetto "domino" che ci ricorda di non sottovalutare il potere dell'e. f., nonostante la mitezza del suo nome.

Elipporto. Area attrezzata per l'arrivo e partenza di elicotteri.

E-mail di contatto. Lettera di presentazione (v.) inviata per posta elettronica.

E-mail o email. Sistema di posta elettronica usato per scambiare messaggi o documenti (file) con uno o più corrispondenti, in tempi ridottissimi.

EMAS, ISO 14001. (Eco-management and audit scheme). Sistema volontario di gestione ambientale previsto per le aziende dal regolamento comunitario 1836/93. Il sistema di gestione può essere impostato seguendo le specifiche delle norme ISO 14001 e deve essere mantenuto e migliorato continuamente.

Emigrante. Persona trasferitasi all'estero (o in regione diversa dalla propria), in modo temporaneo o definitivo, per ragioni economiche o politiche. V. Migrante.

Emigrare /espatriare. Migrare all'esterno del proprio Paese di origine.

Emigrazione. Azione svolta dall'emigrante. Il termine si riferisce propriamente allo spostamento da un paese, una società o uno stato di origine. V. Immigrazione, Emigrante, Migrazione.

Empowerment. Il processo di accrescimento attraverso il quale coloro che sono oppressi possono essere messi in grado di ottenere maggior potere e maggior capacità di determinare il proprio futuro. V. Disempowerment.

End product. V. Prodotto finale.

End user. V. Consumatore finale.

Energie rinnovabili. Energie che si ricostituiscono o che sono disponibili in misura indipendente dal loro utilizzo. Energia eolica (derivante dai venti), solare, idrica, da biomasse (energia derivante dalla combustione di materiale organico).

Enterperience. Parola macedonia, derivante dalla fusione dei termini "entertainment" (divertimento, intrattenimento) e "experience" (esperienza), usata principalmente nel marketing moderno. Si riferisce all'approccio ludico ed esperienziale alla soddisfazione dei bisogni del consumatore.

Ente fieristico. Gestore degli spazi immobiliari, cioè dei quartieri fieristici all'interno dei quali si svolgono le manifestazioni.

Entrance fee. V. Diritto d'entrata.

Entro. Prima della fine di, es. *entro una settimana, entro un mese*.

Environment. In economia, area su cui opera un'impresa o azienda anche commerciale.

Equipe. V. Squadra.

E-recruiting. Ricerca di personale effettuata dalle aziende o ricerca di opportunità di lavoro da parte delle singole persone svolta utilizzando i canali messi a disposizione da Internet.

Ergonomia. Disciplina riguardante i rapporti fra lavoro e ambiente di lavoro.

ES*. V. Eurostar.

Esotismo. Ricerca culturale delle cose provenienti da civiltà di paesi molto lontani dal proprio, con una sfumatura estetizzante.

Espatrio. L'atto di lasciare il proprio Paese di origine. V. Ingresso.

Esperienze sul campo. Il candidato ha acquisito esperienze a diretto contatto con l'ambiente di lavoro, es. *un medico ha fatto tirocinio in una clinica, un operaio ha fatto l'apprendista in una officina meccanica, un neo-imprenditore ha fatto uno stage presso una ditta estera*.

Esperto in budget e in rendicontazione fondi

UE. Chi, lavorando quasi sempre come consulente per aziende sia pubbliche che private, realizza progetti finanziati dai Fondi Strutturali dell'Unione Europea e si occupa della rendicontazione del Fondo Sociale Europeo (FSE).

Esperto in gestione del tempo (time manager). Chi fa *time management* o gestione del tempo.

Esperto in gestione delle risorse umane (o in HRMS, Human Resource Management System). Chi cura le risorse umane di un'azienda o ente.

Esperto in sicurezza informatica (Security Manager).

Esportare. Far uscire merci da un Paese.

Esportatore o venditore o mittente (Exporter). Operatore (proprietario delle merci) a nome del quale è fatta una dichiarazione di esportazione. V. Importatore.

Espositore. Qualunque tipo di contenitore avente valore pubblicitario posto nel punto vendita. Include materiale da vetrina e materiali da applicare al prodotto o allo scaffale.

Espulsione dello straniero. V. Foglio di via, Permesso di soggiorno.

Estensione della linea. Introduce nuovi prodotti in una linea preesistente sotto lo stesso brand.

Estensione della marca. Usa una marca di successo per lanciare nuovi prodotti inseriti in nuove linee.

Esternalizzazione. V. Outsourcing, Terzianizzazione.

Estimo. Disciplina economica relativa alle stime dei valori dei beni.

Estratto conto. Distinta che mostra il saldo delle operazioni effettuate su un conto corrente in un dato periodo di tempo.

Età minima. L'e. m. per l'ammissione al lavoro è fissata al momento in cui il minore ha concluso il periodo di istruzione obbligatoria e comunque non può essere inferiore ai 15 anni compiuti.

Eterofobia. Gli atteggiamenti di rifiuto non dettati da differenze biologiche. Può essere impiegato per ridefinire l'insieme delle paure suscitate dall'"altro", cioè dal "diverso".

Etichetta di identificazione o "etichetta". Un foglietto di carta, cartoncino o film di plastica applicato su prodotti e imballaggi per indicare nome del prodotto e del produttore, contenuto, prezzo, possessore, dati di rintracciabilità, codice a barre, informazioni nutrizionali o per promuovere l'immagine del prodotto.

Etichetta intelligente o etichetta elettronica (smart label). Etichetta interattiva, contenente un microchip che ha in memoria una serie di informazioni sul prodotto.

Etichettare. Applicare l'etichetta, usare l'etichettatrice.

Etichettatura. Risultato dell'azione di apporre una etichetta. L'e. è facoltativa o obbligatoria, secondo la normativa.

Etnico. Aggettivo che indica le caratteristiche proprie di un popolo, che gli appartengono o lo caratterizzano.

Etnocentrismo. Si riferisce a un particolare tipo di nazionalismo. Riguarda popolazioni che fanno già parte di una nazione costituita e che rivendicano autonomia e indipendenza in nome di una loro reale o presunta identità etnica e culturale. Ideologie di questo tipo possono essere motivate anche da fattori economici o sociali.

ETSI. Ente della CISL preposto ai servizi del tempo libero e costituito tra tutti i soci della CISL. Intende promuovere la crescita culturale dei propri associati e lo sviluppo delle attività sportive e ricreative.

Euro. Moneta unica europea, introdotta come moneta scritturale (circolazione bancaria) dal 7 gennaio

1999 e come moneta materiale dal gennaio 2002. Sostituisce le valute presenti nei Paesi che hanno aderito all'Unione monetaria europea nel 1998.

Eurocentrismo. "L'e., un esempio di etnocentrismo, è la pratica, più o meno conscia, di esaltare il ruolo storico e culturale dell'Europa e, più in generale, dell'Occidente a spese di altre aree." (<http://it.wikipedia.org/wiki/Eurocentrismo>)

Eurocity (abbreviato EC). Convoglio che collega località situate in differenti nazioni europee.

Eurostar Italia (abbreviato ES*). Un sistema di treni veloci detti ETR (Elettro Treno Rapido) che collegano città italiane; il nome di "Pendolino" è comunemente usato per questi treni.

Extracomunitario. Termine utilizzato nell'ambito dell'Unione europea, dove è stato usato per indicare individui che risiedono e/o lavorano all'interno dell'UE ma che provengono da paesi che non ne fanno parte.

Extranet. Con questo termine si intendono quelle reti (solitamente aziendali, o comunque di strutture molto grandi), che sono cresciute così tanto da collegare non solo i vari posti di lavoro di una azienda (Intranet), ma anche altre strutture utilizzando Internet, e quindi le reti pubbliche preesistenti.

EXW Ex Works (località)

F.A.D. Formazione a distanza.

F.lli Fratelli

f/m Fine mese

f°, f.to Firmato

Fabbrica. Luogo contenente tutte le attrezzature necessarie per la produzione industriale.

Fabbricare. Produrre.

Facciata multimediale ("media façade"). Enorme proiezione in movimento sulla facciata di un edificio, che mostra cosa accade al suo interno.

Facing. Numero di file per un determinato prodotto sul fronte lineare di uno scaffale.

FAI. Federazione agricola alimentare ambientale industriale. Addetti dell'industria alimentare, delle aziende agricole, zootecniche, florovivaistiche e dipendenti dei Monopoli di Stato.

Fair price. Prezzo conveniente sia per l'acquirente che per il venditore.

Falsificatore. Chi falsifica, chi produce un falso.

Falso (sost.). Un falso è una imitazione, un "tarocco" (v.) (gergale).

Fare carriera. Avanzare nel proprio percorso professionale.

Fare concorrenza. Cercare di prevalere su qualcuno rispetto alle preferenze degli acquirenti.

Fare il check-in. V. check-in.

Fare il design dell'etichetta. V. Design, Etichetta.

Fare il pieno benzina. Fare provvista di carburante riempiendo completamente il serbatoio del veicolo.

Fare il pricing. V. Formazione del prezzo.

Fare spamming. V. Marketing diretto.

Fare un apprendistato. V. Apprendistato.

Fare un briefing. Riassumere o informare, per ratificare decisioni prese o per dare istruzioni a qualcuno, ad es., informare un gruppo di impiegati delle decisioni prese dal capo o di nuove direttive antincendio, ecc.

Fare un debriefing. Fare o condurre una fase di riflessione.

Fare un intervento. Intervenire prendendo la parola, ad es. durante una riunione o conferenza.

Fare un pagamento. Pagare.

Fare un tirocinio. V. Tirocinio.

Fare una prenotazione. V. Prenotare.

Fare una relazione, un rapporto. Relazionare.

Fare una ricerca di marketing /un'indagine di mercato /un campionamento. V. Marketing.

FAS Free Alongside Ship (porto specifico di partenza)

Fase produttiva. Uno dei diversi momenti del pro-

cedimento di produzione. Ad es., una lattina di caffè nasce in quattro fasi: raccolto, tostatura, macinazione, imballaggio.

Fatica. Il frutto del lavoro.

fatt. Fattura

Fattori di rischio. Fattori che determinano il rischio di uno strumento finanziario o di un portafoglio (tassi di cambio, tasso d'interesse ecc.).

Fattura o parcella o nota. Elenco delle prestazioni fornite da un professionista, contenente il compenso richiesto.

Fattura commerciale. Documento emesso dal venditore, destinato al compratore, con la specifica delle merci o dei servizi venduti e il loro costo.

Fatturato. La somma dei ricavi di vendite e prestazioni di servizi, nonché degli altri ricavi e proventi ordinari di un'azienda.

FCA *Free Carrier* (località).

FEAOG. Fondo Europeo Agricolo di Orientamento e Garanzia. Fondo comunitario che si occupa del finanziamento di politica agraria. È diviso in due sezioni: Garanzia, diretta al finanziamento delle spese per il miglioramento delle strutture nelle aziende agricole e delle strutture di trasformazione e di commercializzazione dei prodotti agricoli; Orientamento, finanzia altre misure di sviluppo rurale non finanziate dalla sezione garanzia.

Features. Prodotti in vendita promozionale.

Fedeltà alla marca. Preferenza abituale data dal consumatore a una determinata marca nel suo insieme, o più frequentemente a un determinato prodotto di quella marca. In altre parole, il grado di fedeltà del consumatore a una determinata marca.

Federconsumatori. Associazione per la difesa dei consumi. Sito web: www.federconsumatori.it.

FEMCA. Federazione energia, moda, chimica e affini. Addetti dell'industria chimica, farmaceutica, petrolifera, dipendenti aziende del gas e dell'acqua, lavoratori delle miniere, della gomma, della plastica, della ceramica, del vetro. Addetti dell'industria tessile, dell'abbigliamento, degli accessori per l'abbigliamento, dei giocattoli, delle calzature. Federazione nata nel 2001 dall'accorpamento delle due categorie Filta e Flerica. Organizza i propri associati nei luoghi di lavoro, stipula contratti aziendali, territoriali e nazionali.

Ferie. Un diritto del lavoratore, consistente nel disporre di un periodo retribuito di assenza dal lavoro.

FESR. Fondo Europeo di Sviluppo Regionale. Il principale strumento di politica regionale comunitaria, costituito nel 1975. Esso si propone di facilitare lo sviluppo e la coesione economica e sociale delle diverse regioni comunitarie attraverso la correzione degli squilibri.

FIAT. Fabbrica italiana Automobili Torino

FIBA. Federazione italiana bancari e assicurativi. Include lavoratori dipendenti delle banche e delle compagnie di assicurazione, i dipendenti Abi (Associazione Bancaria Italiana).

Fidelizzare. Utilizzare strategie di fidelizzazione (v.) per aumentare la soddisfazione e fiducia del cliente.

Fidelizzazione. Insieme di strategie per sviluppare nel cliente la fedeltà al marchio considerato. Include la gestione delle relazioni col cliente, l'emissione di carte clienti e l'uso di gadget e omaggi aziendali ecc. V. Carta clienti, Carta socio, Geofidelizzare.

Field. Campo d'azione dell'attività.

Field work. Fase di ricerca svolta direttamente sul mercato. L'espressione solitamente indica il lavoro di raccolta dei dati e delle informazioni a mezzo di interviste.

Fiera campionaria. Espone campioni di prodotti da vendere su ordinazione.

Fiera commerciale. Grande mercato nazionale o internazionale incentrato su uno o più settori produttivi.

Fiera promozionale. Concepita per promuovere particolari prodotti o servizi, es. f. p. dei prodotti montani e dell'artigianato.

Figura professionale. L'insieme ideale di ruoli professionali che svolgono attività simili e hanno competenze simili. Possono essere raggruppati in un'unica figura professionale, ad es. il *"venditore tecnico"* si può configurare in settori diversi come: *agente o rappresentante di commercio*, *promotore finanziario (nel settore bancario)*, o *informatore scientifico* (nell'industria farmaceutica).

Filaro. Chi negli uffici fa la fila a pagamento, per evitare ad altri la scocciatura.

FILCA. Federazione italiana lavoratori costruzioni e affini. Addetti dell'edilizia, dell'industria del legno, dei laterizi e manufatti in cemento, del cemento, calce, gesso e malte, del marmo e della pietra.

Filiale. Sede secondaria di una azienda rispetto alla sede centrale.

Filiera produttiva. Insieme di soggetti che partecipano alle singole fasi del processo produttivo. La filiera non è necessariamente interna alla stessa azienda, anzi, le modalità produttive post-fordiste si caratterizzano sempre più per interconnessioni fra più aziende per la produzione di un bene o di un servizio. In altre parole, tutte le aziende che contribuiscono a produrre, distribuire e vendere un determinato prodotto. V. Outsourcing.

FIM. Federazione italiana metalmeccanici.

Finanziamento. Somma di denaro che viene fornita.

Finanziatore o finanziere. Chi tratta affari di alta finanza o si occupa di affari finanziari.

Finissaggio. Fase finale del processo produttivo, costituita da operazioni di rifinitura sul prodotto.

FIOM. Federazione Impiegati Operai Metallurgici

FIR. Federazione innovazione e ricerca. Dipendenti degli Enti pubblici di ricerca e sperimentazione.

Firma (fr. *griffe*). Marchio, specialmente nel settore della moda.

FISASCAT. Federazione italiana addetti servizi commerciali, affini e turismo. Addetti ad attività commerciali e servizi, del turismo, al culto e spettacoli viaggiatori, ippica, agenzie del Totip, case da gioco, istituzioni socio-assistenziali, dipendenti civili delle Basi americane e Nato, lavoratori di imprese di pulizia.

Fiscal drag. Il f. d. scatta con l'inflazione. Quando i prezzi dei prodotti aumentano, aumentano anche i salari, e si pagano più tasse perché il contribuente passa da uno scaglione fiscale basso a uno più alto.

FISTEL. Federazione dello spettacolo, informazione e telecomunicazioni. Include addetti dell'industria tipografica, cartaria, lavoratori dell'informazione (emittenti pubbliche e private), dello spettacolo, della Telecom e addetti agli appalti telefonici.

FIT. Federazione italiana trasporti. Dipendenti delle Ferrovie dello Stato, autoferrottravvieri, internavigatori (navigazione lacuale), ausiliari del traffico, dipendenti Anas e autostrade, facchini, lavoratori portuali e del mare.

Fixed price agreement. Accordo con cui un'azienda fornisce un servizio o prodotto a un prezzo non modificabile per l'intero periodo dell'accordo.

Fixing. Quotazione del giorno in chiusura della Borsa.

FLAEI. Federazione lavoratori aziende elettriche italiane. Include dipendenti Enel, delle aziende elettriche municipalizzate, dei Centri studi sui problemi energetici.

Flat price. Prezzo unico.

Flessibilità. Caratteristica di ciò che è pieghevole e duttile, che si adatta al cambiamento, es. *la flessibilità del mercato*. Questo termine, ormai molto diffuso, interpreta bene il contesto in cui viviamo. Una società complessa in continua evoluzione verso equilibri sempre più interdipendenti, rapidi, adattabili e globali.

Anche ai lavoratori viene quindi richiesta una flessibilità crescente espressa attraverso l'orario di lavoro (turni particolari, straordinari, ecc.), la tipologia contrattuale (contratti week-end, contratti stagionali, contratti brevi a tempo determinato, contratti interinali) e le esigenze professionali (versatilità e intercambiabilità —o fungibilità— dei lavoratori), ma anche continua per scongiurare il rischio di obsolescenza della professionalità individuale. V. Orario flessibile.

Flexitime. V. Orario flessibile.

Floor stand. Espositore di grandi dimensioni che si appoggia sul pavimento nel negozio.

FNP. Federazione nazionale pensionati. Lavoratori e persone in pensione.

FOB *Free On Board* (porto specifico di partenza)

Foglio di via. L'intimazione a lasciare il territorio nazionale, che viene emesso dalle forze dell'ordine nei confronti di uno straniero, nei casi in cui non si provveda al suo allontanamento tramite l'accompagnamento alla frontiera.

Fondamentali (sost. pl.). Dati principali di una Società, rilevabili soprattutto dai bilanci annuali, e parametri di buona condotta del sistema economico (inflazione, conti con l'estero, tasso di crescita reale).

Fondi Strutturali. Risorse finanziarie messe a disposizione dall'Unione Europea con l'obiettivo di migliorare la coesione economica e sociale all'interno degli Stati membri, riducendo il divario fra le aree più avanzate e quelle in ritardo di sviluppo e promuovendo le pari opportunità dei diversi gruppi sociali. L'azione dei fondi strutturali è complementare rispetto ai finanziamenti pubblici nazionali e mira a potenziare e a moltiplicare gli effetti delle politiche di coesione economica e sociale dei Paesi membri.

Fondo comune d'investimento. Istituto di intermediazione finanziaria che investe in borsa in titoli azionari e obbligazionari il denaro depositato dai clienti risparmiatori.

Fondo mobiliare. Indica un investimento il cui patrimonio è situato in titoli di borsa o su un altro mercato accessibile al pubblico.

Fondo Sociale Europeo. Il principale strumento finanziario comunitario di politica sociale. Il FSE integra gli interventi attuati dagli Stati membri definiti sulla base di programmi (programmi operativi) concordati fra la Commissione Europea e con gli Stati stessi.

Food. Comunemente inteso come punto di vendita o reparto commercializzante generi alimentari.

Forecast. Previsioni (di vendita, di smaltimento delle scorte, ecc.).

Formando/a (sost.). Persona che sta seguendo un percorso di formazione, ricevendo formazione (ad es. durante un corso di specializzazione).

Formazione a distanza. Tecnica di formazione che prevede la possibilità di fare una programmazione individuale dell'azione formativa utilizzando docenti, supporti e strumenti didattici che sono in luogo diverso da quello dove si trova il formando, grazie all'uso delle nuove tecnologie.

Formazione continua. Attività formativa rivolta a soggetti adulti, in particolare a quelli che sono a rischio di disoccupazione, cassa integrazione o mobilità, al fine di adeguare i rispettivi livelli professionali ai mutamenti aziendali portati dall'innovazione tecnologica e organizzativa del processo produttivo. Si riferisce alla possibilità delle persone di avviare un percorso formativo professionalizzante che cominci dall'apprendimento programmato delle conoscenze e competenze di base per una professione, e che continui dopo l'inserimento lavorativo sotto forma di formazione sul lavoro (affiancamento ad altri, alternanza fra momenti di lavoro e momenti di formazione, corsi di aggiornamento veri e propri); nei casi di professionalità obsolete (cioè fuori dal mercato del lavoro), la

formazione continua ha il compito di riprofessionalizzare le persone.

Formazione del personale. Addestramento, aggiornamento per formare professionalmente il personale.

Formazione del prezzo (pricing). La funzione aziendale del fissare il prezzo di un prodotto in base ai costi e al mercato. Assegnazione dei prezzi di vendita ai prodotti in catalogo. È una operazione basata su fattori interni –obiettivi di marketing, costi sostenuti dall'impresa– e fattori esterni –il mercato, la domanda, la concorrenza, il tasso di cambio e le sue fluttuazioni. V. [Prezzario](#), [Catalogo](#).

Formazione professionale. Apprendimento di conoscenze teoriche e pratiche e competenze necessarie a svolgere un determinato ruolo professionale.

Formazione ricorrente. Interventi formativi che seguono il calendario scolastico, realizzati nei Centri Regionali di Formazione Professionale (CRFP) e nei Centri Convenzionati (CFP), un tempo del Ministero del Lavoro.

Formazione superiore integrata. Sistema di formazione destinata a diplomati di scuola media superiore caratterizzato da una spiccata flessibilità e alternanza fra formazione e lavoro.

Fornitore o ditta fornitrice. Soggetto economico che opera nei mercati di approvvigionamento di risorse primarie e servizi. In altre parole, chi fornisce determinati prodotti o servizi a un cliente, procurando materie prime o prodotti ad aziende, uffici, negozi.

Fornitore di servizi fieristici. Categoria che include allestitori di stand, servizi di accoglienza e di *catering*, noleggio di beni vari.

Fornitura. Invio di merci, quantità di merci fornite/da fornire, es. *vogliate inviarmi la consueta fornitura di 300 confezioni di...*

Forza lavoro. a) Popolazione in età lavorativa, compresa fra 15 e 65 anni, costituita da persone occupate e da quelle in cerca di occupazione. b) La capacità umana di lavorare e produrre.

FPS Federazione dei lavoratori pubblici e servizi. Dipendenti della Sanità, degli ospedali, delle Asl, delle cliniche private, delle Regioni, delle Province e dei Comuni. Dipendenti dello Stato, degli enti pubblici non economici, degli organi costituzionali, ambasciate e consolati.

Franchigia. Il massimale di peso consentito per il proprio bagaglio, calcolato in base al peso o al numero di bagagli e secondo la classe e la destinazione finale.

Franchisee. V. [Affiliato](#).

Franchising di distribuzione. Questo tipo di contratto presuppone che l'affiliante abbia messo a punto e sperimentato una serie di conoscenze teoriche e alcune tecniche commerciali, e successivamente le abbia incorporate in un *know-how* che trasferirà al suo affiliato.

Franchising di servizi. Un sistema nel quale l'affiliante non vende alcun prodotto ma mette a disposizione dell'affiliato le sue conoscenze tecniche già attuate e sperimentate.

Franchising industriale. In questo sistema le parti in causa, affiliante e affiliato, sono due imprese industriali. L'affiliante concede all'affiliato la licenza dei brevetti di fabbricazione e i marchi, gli trasmette la sua tecnologia e gli assicura un'assistenza tecnica costante. L'affiliato fabbrica e commercializza le merci prodotte dal proprio stabilimento applicando il *know-how* e le tecniche di vendita dell'affiliante.

Franchising. V. [Affiliazione commerciale](#).

Franchisor. V. [Affiliante](#).

Free price. Omaggio, regalo.

Freelance. Professionista che lavora in proprio e presta la sua opera di volta in volta alle aziende clienti

che necessitano delle sue prestazioni. Nelle libere professioni, il f. si fa pagare per ogni singola prestazione e non è legato da contratti.

Front Office. Termine per indicare il lavoro di sportello a diretto contatto con il pubblico. Si contrappone a *back office* che indica il lavoro di ufficio.

Frontalino. Cartello esposto sul carrello della spesa, usato per la comunicazione sul [punto vendita](#) (v).

Frontiera. Linea di confine che delimita il territorio di uno stato.

FS Ferrovie dello Stato

FSE (Fondo Sociale Europeo). Uno degli strumenti finanziari della Unione Europea finalizzato alla qualificazione delle risorse umane e all'occupazione. Si pone come finalità principali: sviluppare le politiche attive del lavoro per combattere la disoccupazione, aiutando l'inserimento dei giovani nella vita professionale; promuovere le pari opportunità; migliorare la formazione professionale, l'istruzione e l'orientamento.

ftp (*file transfer program*). Il protocollo usato per trasferire file da un terminale remoto e da un web server al proprio PC.

FTSE MIB (pronunciato *futsi mib*). Il più significativo indice azionario della Borsa italiana. È il paniere che contiene le azioni delle quaranta maggiori società italiane ed estere quotate sui mercati gestiti dalla Borsa Italiana. È operativo dal 1° giugno 2009 e rappresenta circa l'80% della capitalizzazione del mercato azionario italiano.

Full price. Prezzo non scontato.

Fund raiser. a) La persona che trova finanziamenti, donazioni e sponsorizzazioni per le Organizzazioni non profit di volontariato e per le Fondazioni culturali. b) La manifestazione indetta a tal fine.

Funzione aziendale. L'insieme di operazioni riferite alla gestione aziendale e che hanno caratteristiche similari, es. *la funzione ricerca e sviluppo, la funzione acquisti*.

Funzione risorse umane o "funzione del personale". Si occupa di processi riferiti alle risorse umane come: selezione del personale, formazione, valutazione, carriera, politiche retributive.

Furtive brand. Si ha quando una società proprietaria di molti prodotti li mette in commercio senza che sia evidente un collegamento col suo nome.

Future o **futures.** V. [Contratti a termine](#).

Gadget. Piccolo oggetto, allegato di solito in omaggio al prodotto, riportante il marchio dell'azienda.

Garante. La banca che controlla il rispetto delle condizioni stabilite da una [lettera di credito](#) (v.).

Garante della privacy. Autorità garante per la protezione dei dati personali.

Garante per la pubblicità. Organi pubblici o privati che si incaricano di fare rispettare le regole e la deontologia a cui è sottoposta la pubblicità. In Italia ci sono lo IAP (Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria) e l'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato).

Garantirsi la proprietà di un brevetto. Rivendicare la "paternità" (o, in linguaggio non sessista, la "maternità") di una idea.

GD. V. [Grande distribuzione](#).

GDO. V. [Grande distribuzione organizzata](#).

Geek. Termine di origine anglosassone che indica una persona affascinata dalla tecnologia.

Genere. Il complesso dei caratteri essenziali e distintivi di una categoria. È importante distinguere fra *'gender'* e *'genre'*. In italiano il termine *'genre'* ha molti sensi perché indica "il genere grammaticale, letterario, umano, sessuale". La parola *'gender'* è stata introdotta dalle femministe per segnalare che la differenza sessuale, fondamentalmente biologica ma non solo, era qualcosa di diverso dalla differenza che viene costruita socialmente, culturalmente o, secondo

alcune tendenze del femminismo moderno, anzi post-moderno, semioticamente; quindi *'gender'* è nato per segnalare che il genere sessuale è "costruito" e quindi variabile nel tempo e nello spazio, mentre allora, quando fu introdotto il termine, il genere sessuale era ritenuto immutabile in quanto strettamente legato alla biologia. (Cfr. Cantarella E., cit. in Barletta L., *I 'generi'*, sito web: <http://www.ems.frai.it/scripts/frame.asp?tabella=articoli&id=23#links>. Il concetto di "genere" è stato introdotto da Simone de Beauvoir nel 1949 con il suo fondamentale libro *Le deuxième sexe*, che ha insegnato a generazioni di donne che 'donne' non si nasce, si diventa.

Genocidio. La distruzione metodica di un gruppo umano attraverso lo sterminio delle persone e l'annullamento delle testimonianze culturali.

Genografia. Procedimento scientifico che, seguendo le tracce genetiche, potrà rintracciare tutti i nostri avi (vedi il Genographic Project di Spencer Wells, noto "genetista della popolazione").

Geofidelizzare. Fidelizzare in un preciso ambito locale e territoriale.

Geolocalizzazione. Localizzazione di persone, ad es. per mezzo di braccialetti con GPS *GSM tracker*.

Gestione. L'insieme delle azioni che l'azienda mette in atto per raggiungere i suoi obiettivi.

Gestione delle Relazioni coi Clienti (*Customer Relationship Management* o CRM). Termine legato alla fidelizzazione dei clienti. V. [Fidelizzazione](#).

Gestione delle risorse umane. Attività svolta dalla funzione risorse umane o funzione personale.

Gestione patrimoniale. Servizio bancario di gestione diretta degli investimenti.

Gioco al rialzo/al ribasso. Meccanismo di speculazione in borsa.

Giornalista pubblicitista. Chi scrive per la stampa come collaboratore esterno.

Giorno di ferie. Giorno in cui si usufruisce del diritto alle ferie.

Giorno festivo. Giorno in cui si fa vacanza.

Giorno lavorativo o feriale. Giorno in cui si lavora.

Giovani. Alcune normative prevedono interventi specifici a favore dei soggetti rientranti in questa categoria. Di norma vengono definiti "giovani" le persone di età compresa fra i 18 e i 25 anni, oppure fino ai 29 anni se in possesso di diploma di laurea. Questi ad es. sono i requisiti previsti per poter essere assunti con un [contratto di formazione e lavoro](#) (v.).

Girata. Dichiarazione scritta su un titolo di credito quale, ad es., un assegno, che ne trasferisce il valore alla persona indicata.

Giurista di impresa. Chi si occupa della redazione di tutta la contrattualistica nazionale ed internazionale, definendo, sia dal punto di vista legale che dal punto di vista commerciale e tributario, le politiche della società.

Giusta causa. Licenziamento del lavoratore da parte del suo datore di lavoro che fa seguito a una grave violazione del lavoratore dei propri doveri contrattuali, ad es., furto o danneggiamento volontario di impianti.

Giustificato motivo. Licenziamento del lavoratore da parte del suo datore di lavoro determinato da fattori che non dipendono né dal primo, né dal secondo, ad es., crisi aziendale o chiusura di un'attività dell'impresa.

Globalizzazione. a) I grandi cambiamenti che hanno avuto luogo nell'economia internazionale con la convergenza dei mercati mondiali. La g. implica il fatto che gli stati nazione non abbiano più un ruolo fondamentale nell'economia mondiale, di fronte al crescente potere delle multinazionali e delle corporazioni transnazionali, che funzionano come reti orizzontali e decentralizzate. b) Il processo, tuttora in atto, di allargamento del mercato da una dimensione locale a una



dimensione mondiale.

Gondola. Espositore di prodotti, tipico delle corsie dei supermercati, ma non solo.

Goodwill. a) Avviamento commerciale di un'azienda. b) Buona accoglienza, buon rapporto personale fra i membri di una azienda e i suoi clienti. c) La disposizione favorevole del pubblico nei confronti della marca.

Grande distribuzione (GD). Struttura formata da grosse imprese centrali che gestiscono sei o più punti vendita sotto l'aspetto giuridico, organizzativo e funzionale. Le grosse strutture centrali sono gestite da un unico soggetto proprietario, che gestisce punti di vendita quasi sempre diretti, ad es. in Italia Coop, Conad e Esselunga.

Grande distribuzione organizzata (GDO). Rappresenta l'evoluzione del commercio dal dettaglio all'ingrosso. Nella GDO i piccoli soggetti si aggregano secondo la logica de "l'unione fa la forza" e i piccoli e medi dettaglianti grazie all'adesione ai gruppi d'acquisto possono ottenere agevolazioni economiche in termini di approvvigionamento grazie al maggior potere contrattuale nei confronti dell'industria da parte delle centrali; vantaggi derivanti dallo sfruttamento del marchio e dall'ottenimento di supporto in termini di *know-how* e coordinamento strategico. Ne sono es. in Italia i gruppi Interdis e Despar.

Grande magazzino. Locale con ampia superficie di vendita, attrezzato per la vendita di un vasto assortimento di prodotti. V. [Centro commerciale](#).

Graphic designer. Chi cura il *packaging*.

Grocery. Nella GDO, l'insieme dei beni di largo consumo.

Grossista (wholesaler). Intermediario commerciale che si occupa di commercio all'ingrosso.

Gruppi di acquisto. Reti formate da piccole e medie imprese di distribuzione (rivenditori al dettaglio) che si consorziano per effettuare i loro acquisti dalle aziende produttrici. In tal modo hanno un maggior peso contrattuale e possono ottenere vantaggi economici nella distribuzione e approvvigionamento.

Gruppi di acquisto solidale (GAS). Partono da un approccio critico al consumo e intendono applicare i principi di equità e solidarietà ai loro acquisti. I GAS solitamente scelgono i fornitori in base ai criteri della qualità del prodotto e dell'impatto ambientale totale (privilegiano cioè i prodotti locali, gli alimenti da agricoltura biologica e gli imballaggi a rendere).

Gruppo multinazionale. Nel settore economico una m. è una impresa, solitamente una società, che organizza la propria produzione in almeno due paesi diversi.

Gummed label. Etichetta adesiva.

Habit buying. Acquisto ripetuto per abitudine di un determinato prodotto.

High user. Forte consumatore.

Historical trend. Tendenza rilevata sulla base di dati storici.

Home market. Mercato del paese in cui opera l'azienda. V. [Mercato interno](#).

Hostess. a) Persona di sesso femminile impiegata come assistente di volo a bordo di un aereo di linea o su altri mezzi di trasporto pubblico o privato. b) Accompatrice turistica o fieristica. V. [Steward](#).

House brand. Marca di proprietà del distributore. Si ha quando la marca della casa madre (*master brand*) del prodotto è meno evidenziata o completamente assente dalla sua marca secondaria (*sub-brand*).

House organ. Pubblicazione aziendale realizzata per aggiornare il personale interno all'azienda su attività e obiettivi a medio termine da realizzare. Solitamente esce con cadenza bimestrale e viene diffuso in tutti gli uffici dell'ente. In genere contiene informazioni su: l'azienda e le sue attività e iniziative, incluse le prin-

cipali novità che le riguardano; le novità per l'immediato futuro; la gestione del personale, incluse le notizie utili e i suggerimenti provenienti dai dipendenti e i concorsi interni; le novità contrattuali, ecc. Pertanto l'*h.o.* ha due funzioni principali: da un lato stimola la partecipazione e il coinvolgimento dei dipendenti tenendoli aggiornati sulle attività che l'azienda sta realizzando, e dall'altro favorisce lo scambio di informazioni tra i vari uffici.

html (*Hyper text markup language*). Linguaggio con il quale si realizzano ipertesti e contenuti che devono essere messi in rete. Oggi esistono molti programmi che traducono i contenuti creati in codice html.

http (*Hyper text transfer protocol*). Linguaggio creato per il trasferimento dei dati di tipo ipertestuale attraverso la rete Internet.

IBAN. Numero di codice contenente tutte le coordinate bancarie del beneficiario, incluso CIN, CODICE ABI, CODICE CAB e numero di conto corrente.

IC. V. [Intercity](#).

IFTS. Istruzione e Formazione Tecnica Superiore. Percorso di formazione superiore (di durata di 3 o 4 semestri), integrato fra organismi di formazione, istituti di istruzione superiore, università e aziende, a sperimentazione nazionale, promossa dal Ministero della Pubblica Istruzione e con l'adesione di tutte le Regioni italiane. È inoltre un sistema di alta formazione post-secondaria di figure professionali necessarie a settori produttivi caratterizzati da profonde trasformazioni tecnologiche e professionali e dalla internazionalizzazione dei mercati, con particolare attenzione alle piccole e medie imprese dei distretti industriali.

IGP. Prodotto a indicazione geografica protetta.

Imballaggio atossico. Imballaggio che non presenta rischi per la salute.

Imballaggio o imballo (*packaging*). a) L'azione e l'effetto di imballare merci da trasportare. b) L'i. /la confezione di un prodotto sullo scaffale di vendita e la capacità dell'i. di garantire la presentazione del prodotto.

Imballaggio o imballo primario. a) L'i. per la vendita: formato da unità di vendita o confezioni, direttamente a contatto col prodotto (es. scatole di pasta; vaschette di plastica per verdure; bibite in lattina di alluminio; scatolette di tonno; flaconi di profumo; tubetti di dentifricio, bottiglie di plastica, *blister* di medicinali ecc.); b) L'i. anti-manomissione; c) L'i. a prova di bambino.

Imballaggio o imballo secondario. Formato da materiali che raccolgono più unità di prodotto, situato all'esterno dell'imballaggio primario (es.: scatolone di cartone che contiene confezioni, involucro di cartoncino che contiene due scatolette di tonno, involucro di plastica per bottiglie di acqua minerale ecc).

Imballaggio o imballo terziario. Usato per il trasporto in grosse quantità (*bulk handling*) e per la distribuzione (stoccaggio in magazzino e spedizione di prodotto, ad es. un pancake di legno o *pallet*, contenente scatoloni di cartone, da inserire in un container da trasporto).

Imballaggio sostenibile. Imballaggio che rispetta l'ambiente.

Imballare. Fornire di imballaggio.

Imitazione. Copia di un prodotto, talvolta associata al concetto di "contraffazione". V. [Taroccare](#), [Falso](#), [Sofisticare](#).

Immagine aziendale. Valori positivi associati al marchio.

Immagine del marchio. Nel franchising, tutto ciò che fa parte dell'estetica di un punto vendita e che conduce idealmente al marchio creando un'omogeneità fra tutti i *franchisee*.

Immagine di marca (*brand image*). L'immagine di un prodotto come lo percepiscono i consumatori. Può

essere una i. positiva (denota accettazione) o negativa (denota non accettazione).

Immigrante. Cittadino di uno Stato che si stabilisce all'estero o in una regione del proprio paese diversa da quella di origine. V. [Migrante](#).

Immigrare. Migrare all'interno dello stesso Paese; oggi questo termine si usa anche per riferirsi a chi è in provenienza da un Paese straniero.

Immigrato. v. [Migrante](#).

Immigrazione. Il termine indica propriamente lo spostamento verso un paese, una società o uno stato di accoglienza. V. [Emigrazione](#), [Migrazione](#).

Impatto ambientale. Modificazione dell'ambiente provocata dalla realizzazione di un'opera umana o dallo svolgimento di un'attività, per alcune categorie di opere in grado di produrre modificazioni rilevanti. La legge prevede una "valutazione di impatto ambientale", cioè un controllo preventivo della loro compatibilità con la conservazione dell'ambiente.

Impianti e attrezzature congressuali. L'insieme delle attrezzature utili per svolgere attività congressuali, es. *proiettore elettronico*, *lavagna luminosa*, *microfono*, *altoparlante*, *cabine per l'interpretariato in simultanea*, *cuffie* ecc.

Impiegato. Chi in genere svolge lavori non manuali in uffici pubblici o privati, es. pianificazione, amministrazione, raccolta dati ecc.

Impiego. Lavoro continuativo, non manuale.

Imponibile. Il termine indica la cifra su cui si calcola l'imposta. V. [Imposta](#).

Importare. Introdurre merci in un Paese

Importatore o acquirente o destinatario (*Importer*). Operatore a nome del quale è effettuata una dichiarazione di importazione. V. [Esportatore](#).

Imposta. Tributo che il cittadino è obbligato a versare a favore dello Stato o di un altro ente pubblico. Esistono imposte dirette e indirette e costituiscono una delle principali entrate pubbliche.

Imprenditore. Chi esercita un'attività economica finalizzata alla produzione o scambio di beni o servizi.

Imprenditoria artigiana. L'imprenditore artigiano gestisce un'impresa nella quale il lavoro dell'imprenditore ha carattere preminente sul capitale investito. Un'impresa, per essere considerata artigiana, non può superare il limite massimo di 8 dipendenti.

Imprenditoria etnica. a) Attività imprenditoriali condotte da stranieri, immigrati o membri di minoranze etniche. b) Imprese tipicamente etniche che forniscono prodotti e servizi non disponibili nella società ospite per la comunità di immigrati. c) Imprese che non forniscono prodotti o servizi tipicamente etnici ma che richiedono una forma di intermediazione per essere correttamente fruiti dalla popolazione immigrata. d) Imprese esotiche che forniscono prodotti specifici provenienti dal paese di origine, e che si rivolgono agli immigrati e alla popolazione della società ospite indifferentemente. e) Imprese aperte, meno legate alle radici etniche dell'imprenditore, che operano sul mercato a livello competitivo. f) Imprese di rifugiati, i cui prodotti e il cui mercato sono difficili da identificare proprio a causa della loro posizione marginale.

Imprenditoria femminile. Iniziative imprenditoriali promosse da imprese individuali gestite da donne, società o cooperative i cui soci siano costituiti per almeno il 60% da donne.

Imprenditoria giovanile. La distinzione fa riferimento a normative specifiche, dirette a favorire iniziative imprenditoriali promosse da giovani in aree economicamente svantaggiate del paese.

Impresa orientata verso il mercato (*market oriented*). Impresa la cui strategia dà la priorità alle esigenze del mercato e quindi è rivolta a operare in base alle caratteristiche e ai bisogni dei consumatori



e ai vincoli che devono essere superati per soddisfarli. In altre parole, è un'impresa che mette al centro il consumatore.

Impresa. Organismo che coordina prestazioni lavorative e strumenti finalizzati al conseguimento di obiettivi economici e alla produzione di beni in un determinato settore.

Imprinting. Impronta, influenza.

Impronta ecologica. La traccia lasciata sul pianeta dai consumi.

Inadeguato. Non adeguato, insufficiente, sbagliato, es. *il rivestimento isolante del pacco era inadeguato.*

INAIL. Istituto Nazionale Assicurazioni contro gli Infortuni sul Lavoro. Ente pubblico non economico che si occupa della prevenzione dell'infortunistica sui luoghi di lavoro, dell'assicurazione dei lavoratori a rischio e della tutela assicurativa delle vittime degli infortuni sul lavoro.

INAS. Istituto Nazionale di Assistenza Sociale, è il patronato della CISL che, dal 1955 si occupa gratuitamente della tutela dei cittadini per i problemi previdenziali, assistenziali e per l'assicurazione per gli infortuni sul lavoro.

Incentivo. Misura economica per motivare l'attività di qualcuno verso obiettivi desiderati.

Incoterms (*international commerce terms*). Lista internazionale di termini usati nell'import-export che definisce chiaramente diritti e doveri dei soggetti coinvolti e le spese da accollarsi.

Indennità di disoccupazione. Pratica attraverso la quale lo Stato finanzia il sostentamento di individui disoccupati che non hanno la possibilità di offrire prestazione lavorativa e quindi non percepiscono reddito da lavoro.

Indennità di mobilità. Prestazione di disoccupazione riconosciuta ai lavoratori che abbiano perduto il posto di lavoro in seguito al licenziamento, e che risultino iscritti nelle liste di mobilità.

Indennità di occupazione. Indennità a cui ha diritto qualsiasi lavoratore licenziato da imprese private o enti pubblici.

Indice di borsa. Grandezza rappresentativa dell'andamento dei prezzi dei titoli quotati in Borsa.

Indice di diffusione. Misura la presenza di un determinato prodotto presso le famiglie di consumatori; è rilevato in diversi momenti in un periodo di tempo e dà un'indicazione generale della fase del ciclo di vita in cui si trova quel prodotto.

Indice di rotazione. Misura il tempo in cui il prodotto resta in giacenza. È uno dei fattori più importanti per l'equilibrio finanziario dell'impresa, quindi è tenuto permanentemente in considerazione dal *buyer* nella composizione degli assortimenti e degli acquisti.

Indirizzario (*mailing list*). Elenco ordinato di indirizzi.

Indotto industriale. a) L'insieme di sotto industrie o artigiani che producono parti elementari necessarie alle grandi industrie per realizzare i prodotti finiti; b) le attività intese come servizi destinati a fare da supporto logistico alla vocazione principale dell'area industriale, cioè il lavoro che non è direttamente collegato alla grande industria, es. tutti i servizi diretti e indiretti che fanno poi funzionare un polo industriale, una zona industriale o un distretto industriale, quali bar, edicole, mense e ristoranti, trasporti di persone, trasporti pesanti ecc.

Inflazione. a) Processo di costante aumento dei prezzi che determina la diminuzione del potere di acquisto della moneta. b) In economia, un incremento generalizzato e continuo del livello dei prezzi nel tempo.

Inflazione "percepita". Quella percepita dai consumatori. V. *inflazione rilevata*.

Inflazione "rilevata" o "misurata". Quella rile-

vata da istituti statistici (es. Istat, Eurispes).

Infomercial. V. *Marketing diretto*.

Infopoint. V. *Centro informazioni*.

Information technology (IT). Tecnologia dell'informazione, per la gestione delle informazioni in una qualsiasi organizzazione.

Informatore scientifico del farmaco (ISF). Figura fondamentale del mercato farmaceutico, poiché è il mezzo attraverso cui le case farmaceutiche forniscono a medici e farmacie informazioni su efficacia, posologia e controindicazioni dei propri farmaci.

Infortunio. Secondo l'INAIL, le ferite e le contusioni che hanno avuto una prognosi superiore a 3 giorni.

Ingresso. Nel settore migrazione, l'atto di entrare in un Paese straniero. V. *Espatrio*.

Initial fee. V. *Diritto d'entrata*.

Innovare. Cambiare qualcosa aggiungendo un elemento nuovo, rinnovare.

Innovazione. a) L'effetto o atto dell'*innovare* (v.); b) un elemento nuovo, una novità.

Inoccupato. V. *Lavoratore inoccupato*.

Inoccupato di lunga durata. Secondo il D.lgs 297/2002 è definito tale chi, senza aver precedentemente svolto un'attività lavorativa, sia alla ricerca di un'occupazione da più di dodici mesi o da più di sei mesi se giovane.

INPS. Istituto Nazionale di Previdenza Sociale. Il più importante ente di previdenza pubblica il cui compito è di erogare le pensioni (di vecchiaia, di invalidità, pensioni sociali); le indennità di malattia o di maternità; le indennità di disoccupazione, mobilità e cassa integrazione.

Inserito cellofanato. Una forma di *marketing diretto* (v.) su quotidiani e riviste.

Inserzione pubblicitaria. Canale pubblicitario che si esprime attraverso i quotidiani. V. *Pagina pubblicitaria*.

Inserzionista. Chi pubblica una inserzione.

Insider trading. Utilizzo e abuso di informazioni riservate conosciute per ragioni di ufficio. L'*insider* effettua compravendita di azioni sfruttando la sua posizione di privilegio per fare affari in Borsa.

Insolvenza. Incapacità del debitore di rispettare gli obblighi assunti.

Insourcing. V. *Approvvigionamento interno*.

Insurance broker. Un *broker* specializzato nella ricerca per la propria clientela di compagnie assicurative che offrono le migliori condizioni contrattuali.

int. Interno (n. telefonico o civico).

Integrazione. Processo che porta il sistema sociale a evolversi e a costruire nuovi equilibri, superando le divisioni e la diversificazione delle parti che lo compongono.

Intelligente o "smart". Concetto applicato a nuovi tipi di prodotti tecnologici, fra cui *etichette intelligenti* (v.) dei prodotti alimentari (*smart label*), tessere (*smart card*), telecamere (*smart camera*) ed altra tecnologia.

Intelligenza emotiva. Secondo la teoria di Daniel Goleman, è la capacità di mantenere sotto un controllo consapevole i propri sentimenti e quelli degli altri, al fine di raggiungere degli obiettivi. Le cinque caratteristiche fondamentali dell'*i.e.* sono: *consapevolezza di sé*, ossia la capacità di produrre risultati riconoscendo le proprie emozioni; *dominio di sé*, ossia la capacità di mettere a frutto i propri sentimenti in vista di un determinato scopo; *motivazione*, cioè la capacità di scoprire il motivo nascosto che ci induce all'azione; *empatia*, ossia la capacità di percepire le emozioni e sentimenti degli altri; *abilità sociale*, cioè la capacità di stare insieme agli altri con l'intento di comprendere i movimenti che si realizzano fra le persone.

Intelligenza interpersonale. Secondo la Teoria delle intelligenze multiple di Howard Gardner, è la

forma di intelligenza personale che riguarda la capacità di comprendere gli altri, di intravedere le loro esigenze, paure e desideri nascosti, di creare situazioni sociali e modelli personali favorevoli. È molto presente nei leader, nei venditori e negli imprenditori di successo.

Intelligenza intrapersonale. Secondo la Teoria delle intelligenze multiple di Howard Gardner, è la forma di intelligenza personale che riguarda la capacità di comprendere il proprio sé individuale e di saperlo manifestare nel contesto sociale per ottenere il successo nella vita personale; include anche la capacità empatica, che permette all'individuo di entrare emotivamente in ruoli e sentimenti diversi dai propri.

Intercity (abbreviato IC). Classe di treni che collegano città importanti facendo un numero limitato di fermate intermedie.

Interculturale. Che riguarda scambi e rapporti fra culture diverse.

Intermediario aziendale. Centro o agenzia che mette in contatto candidati e aziende.

Internal auditor. Chi verifica attentamente il bilancio dell'impresa e controlla la situazione patrimoniale di ogni comparto aziendale, fornendo analisi, valutazioni, raccomandazioni, informazioni e consigli sulle attività che ha preso in esame.

Internet. Rete di collegamenti informatici a livello planetario che consente a reti locali di connettersi e di scambiarsi dati.

Interpretazione sussurrata (*chuchotage*). Traduzione orale svolta da un interprete parlando sottovoce all'orecchio della persona che la richiede. L'interprete è seduto o in piedi accanto alla persona e le sussurra il testo tradotto nella lingua d'arrivo. È una variante della traduzione simultanea ma senza l'uso di apparecchiature tecnologiche. L'*i.s.* si usa generalmente in situazioni in cui la maggioranza di un gruppo di parlanti di una determinata lingua contiene un numero ristretto di persone che non parlano tale lingua.

Interprete. Professionista che traduce i discorsi fatti in un'altra lingua.

Intolleranza. La non tolleranza (di ogni tipo d'istituzione, modo di pensare, comportamento, atteggiamento individuale o collettivo, e di ogni tratto caratteriale e della personalità che implichi il pregiudizio o il desiderio di reprimere/eliminare) rivolta contro persone ritenute non adattabili a un insieme di norme condivise. Può essere riferita a differenze di religione, colore della pelle, sesso, ecc. o diretta contro condotte, valori, idee o desideri considerati "falsi" o "sbagliati" perché non conformi alla norma.

Intranet. Una rete locale LAN (aziendale) che utilizza i sistemi di comunicazione di Internet (lo stesso protocollo TCP/IP), ma il cui accesso è limitato all'azienda.

Intraprendere. Cominciare, es. *ho intrapreso gli studi di legge presso l'Università di Torino*.

Introductory offer. V. *Offerta di lancio*.

Intuito o intuizione. Tipo di conoscenza immediata che non si serve del ragionamento o della conoscenza basata sui dati sensibili; è una forma di sapere non spiegabile a parole, che si rivela per lampi improvvisi, ed è fondamentale negli affari, nel problem solving e in ogni forma di creatività.

Inventore. Chi fa una invenzione e/o richiede un brevetto. V. *Brevetto*, *Pensiero divergente*.

Investimento. Versamento di denaro per l'acquisto di beni o servizi destinati ad aumentare il patrimonio di un privato o di una organizzazione.

Investitore. Chi investe, fa investimenti.

Invio. L'atto di inviare, mandare, es. *procederemo domani all'invio dei campioni di prodotto*.

Ipermmercato. Grande area (con una superficie coperta non inferiore ai 2.500 metri quadrati) con grandi

spazi espositivi, attrezzata per la vendita al dettaglio, dotata di assortimento molto ampio di prodotti alimentari e non, in self-service. Nella tendenza attuale si stanno sviluppando assortimenti con beni di consumo semidurevoli quali hi-fi, tv, radio, elettrodomestici, computer, telefonia, ecc. Spesso l'i. comprende anche un gran numero di altri negozi (localizzati nella 'galleria' commerciale composta da negozi indipendenti) che offrono assortimenti differenziati per qualità o prezzo.

Ipertestito. Testo di tipo non sequenziale, che offre la possibilità di muoversi al suo interno per mezzo dei cosiddetti "link", secondo l'aspetto che interessa più al lettore.

Irpef. (Imposta diretta sul reddito delle persone fisiche). È un tributo da pagare allo Stato, proporzionale alle entrate del contribuente.

Irregolarità. Caratteristica di ciò che è irregolare, non conforme, es. *Vi segnaliamo le seguenti irregolarità nella vostra ultima fornitura.*

ISO. *International Organization for Standardization.* Federazione internazionale per gli standard nazionali di qualità formata da più di 140 paesi, con sede in Svizzera. Si tratta di una ONG (v.) con il compito di promuovere lo sviluppo di sistemi di valutazione comuni.

ISCOS. Istituto sindacale per la cooperazione allo sviluppo, è un'organizzazione di supporto allo sviluppo dei paesi poveri.

ISF. V. *Informatore scientifico del farmaco.*

ISTAT. Istituto Nazionale di Statistica. Un ente pubblico di ricerca italiano specializzato in censimenti, indagini campionarie sulle famiglie e indagini economiche.

Istituto di credito o banca. Fornitore di risorse monetarie o soggetto economico che opera nei mercati di approvvigionamento di risorse monetarie.

Java. Linguaggio di programmazione per pagine Internet; è molto più complesso e completo dell'html.

Javascript. Linguaggio simile al Java, ma più semplice.

Jingle. Sigla musicale che accompagna la pubblicità televisiva o radiofonica di un prodotto.

Job convention. V. *Salone del lavoro.*

Job on call. V. *Lavoro intermittente.*

Job rotation. Tecnica di spostamento dei manager in vari settori aziendali per rafforzare le loro conoscenze e competenze.

Job sharing. V. *Lavoro ripartito.*

Jobber. Nella grande distribuzione, intermediario commerciale, grossista.

Joint venture o partenariato. Associazione di due o più imprese per utilizzare sinergicamente le risorse apportate dalle singole imprese partecipanti.

Jumbo-pack. V. *Confezione gigante.*

Junk food. V. *Cibo-spazzatura.*

Junk mail. V. *Posta-spazzatura.*

Keen competition. Situazione di elevata concorrenzialità. V. *Concorrenza.*

Keen price. Prezzo basso, molto conveniente. V. *Prezzo.*

Key account. Funzionario aziendale cui sono affidati i rapporti con i clienti più importanti o "clienti chiave" (key). Svolge un'azione totale e quindi si occupa di: vendita dei prodotti, inserimento di nuovi prodotti, loro posizionamento, coordinamento di tutte le attività di marketing sul punto vendita, ecc.; lavora cioè in sinergia con tutti i responsabili dell'unità di vendita e con il cliente rivenditore.

Keynote speaker. V. *Relatore principale.*

Know-how. V. *Conoscenze tecniche.*

L.P.U. Lavori di Pubblica Utilità. Contengono la formulazione di un piano d'impresa per garantire il consolidamento e la prosecuzione delle attività e dei

servizi anche al termine del progetto. Simili ai lavori socialmente utili (da cui derivano). Si ponevano l'obiettivo di un reinserimento stabile del lavoratore in settori quali l'assistenza alle persone, la cura dell'ambiente e del territorio, lo sviluppo rurale, il recupero e la riqualificazione di spazi urbani e beni culturali, attraverso la costituzione di cooperative di servizi o di società miste con le amministrazioni pubbliche.

L.S.U. Lavori Socialmente Utili. Impiego presso le Amministrazioni e le Imprese Pubbliche rappresentata da progetti relativi ad attività che hanno per oggetto la realizzazione di opere e la fornitura di servizi di utilità collettiva. Ha due scopi principali: dare un sostegno economico a persone prive di occupazione, in particolare giovani, che possono così realizzare un'esperienza di lavoro; offrire una occupazione temporanea a lavoratori espulsi dal mercato del lavoro in base a crisi aziendale (in mobilità o in cassa integrazione).

Label. V. *Etichetta.*

Laboratorio o workshop. Riunione di varie persone per studiare un argomento specifico. Percorso formativo breve e intenso.

LAN (local area network). Rete che si estende su un'area limitata, ad es. un edificio o pochi edifici adiacenti.

Lavagna di carta e pennarelli. Attrezzi per conferenze o riunioni.

Lavagna luminosa. Attrezzo per conferenze o riunioni.

Lavoratore. Chi svolge un'attività manuale (operai, contadini) o intellettuale (impiegati) allo scopo di produrre beni o servizi, in cambio di un compenso.

Lavoratore autonomo. Chi svolge lavoro autonomo (v.).

Lavoratore dipendente o subordinato. Chi svolge lavoro dipendente o subordinato (v.).

Lavoratore disoccupato. Lavoratore che non ha un lavoro.

Lavoratore inoccupato. Persona alla ricerca di prima occupazione e che quindi non ha mai svolto alcuna attività lavorativa.

Lavoratore occupato. Lavoratore che ha un lavoro.

Lavoratore sottoccupato. Chi svolge un numero di ore o di giornate lavorative inferiore al normale.

Lavoratore stagionale. Lavoratore immigrato per qualche mese da paesi più arretrati, confinanti o molti vicini, allo scopo di soddisfare una domanda periodica di lavoro, di regola in agricoltura o turismo.

Lavoro. Attività umana retribuita, rivolta verso la produzione di beni e servizi destinati a soddisfare bisogni.

Lavoro a cottimo. Attività lavorativa pagata in base alla quantità della produzione.

Lavoro a tempo determinato. V. *Contratto a termine.*

Lavoro a tempo indeterminato o lavoro fisso. V. *Contratto a tempo indeterminato.*

Lavoro a tempo pieno (full time). Sulla base del contratto ordinario con orario *full time* o "tempo pieno", previsto dalla contrattazione nazionale. V. *Lavoro part-time.*

Lavoro autonomo. Il lavoratore autonomo «si obbliga a compiere [...] un'opera o un servizio, con lavoro prevalentemente proprio e senza vincolo di subordinazione» (art. 2222 Codice Civile); svolge la sua attività con mezzi prevalentemente propri; ha rapporti professionali con un cliente o committente; assume un'obbligazione di risultato, cioè garantisce il raggiungimento di determinati risultati; riceve un corrispettivo per l'attività svolta.

Lavoro di gruppo (team work). Strumenti utilizzati dalle aziende per incrementare le vendite e rispondere

alle esigenze dei consumatori.

Lavoro dipendente o subordinato. V. *Lavoro subordinato o dipendente.*

Lavoro fisso. V. *Lavoro a tempo indeterminato.*

Lavoro freelance. Di chi presta la propria opera professionale presso vari enti e aziende senza avere contratti esclusivi con nessuno.

Lavoro indipendente o autonomo. Quello che il lavoratore svolge in proprio.

Lavoro interinale o atipico o temporaneo.

Quello che prevede nuove forme di contratto di lavoro para-subordinato. V. *Contratto atipico, Contratto di lavoro temporaneo o interinale, Agenzia per il lavoro, Contratto di leasing di manodopera, Contratto di somministrazione di lavoro, Contratto flessibile, SIL.*

Lavoro intermittente o "a chiamata" (job on call). Un lavoro in cui un lavoratore si mette a disposizione del datore per effettuare prestazioni a carattere discontinuo o intermittente, individuate dai contratti collettivi nazionali o territoriali.

Lavoro manuale o intellettuale. È tipico di una professione, da cui il lavoratore ricava un certo guadagno, es. avvocato, medico, insegnante.

Lavoro manuale. È tipico di un "mestiere", frutto di esperienza e di pratica, da cui il lavoratore ricava un certo guadagno, es. *sarto, fabbro, calzolaio, meccanico.*

Lavoro nero o "al nero" o "in nero". Rapporto di lavoro svolto più o meno di nascosto, allo scopo di non pagare le imposte o di non sottoporsi agli obblighi di legge. Il termine indica genericamente un rapporto di lavoro stabilito contravvenendo pesantemente alla normativa vigente sul lavoro: il datore di lavoro non effettua l'assunzione (v.) regolare, non versa i contributi previdenziali (v.) e non consegna la busta paga (v.) regolare.

Lavoro parasubordinato. Svolto dal lavoratore parasubordinato o collaboratore autonomo, rientra nel lavoro autonomo (v.); presta lavoro in forma non subordinata, ma non totalmente autonoma (forma "coordinata"); lavora a progetto; spesso lavora col contributo di mezzi messi a disposizione dal committente.

Lavoro part-time. Sulla base di un orario di lavoro "a tempo parziale", inferiore all'orario *full time*. V. *Lavoro a tempo pieno.*

Lavoro precario. V. *Precariato.*

Lavoro ripartito o job sharing. Modalità di lavoro particolare che permette a due o più lavoratori di condividere in tempi diversi uno stesso posto di lavoro. In altre parole, è un rapporto lavorativo nel quale due lavoratori part-time assumono "in solido" l'adempimento di un'unica e identica obbligazione di lavoro. Ciascun lavoratore è responsabile per intero del lavoro da svolgere e quindi ha il dovere di sostituire il collega in caso di sua assenza.

Lavoro saltuario. Di chi non ha lavoro fisso.

Lavoro specializzato/non specializzato. Dotato/non dotato di specializzazione, es. *operaio specializzato/non specializzato.*

Lavoro stagionale. Contratto di lavoro con termine iniziale e finale, generalmente riferibile a un determinato periodo dell'anno (es. *assistente cuoco in luoghi di villeggiatura, animatore presso villaggi turistici, vendemmiatore*).

Lavoro subordinato o dipendente. Quello che il lavoratore svolge alle dipendenze di un datore di lavoro (v.). Il lavoratore dipendente «opera alle dipendenze o sotto la direzione dell'imprenditore» (art. 2049 Codice Civile); svolge la sua attività con i mezzi del datore di lavoro; ha rapporti professionali con un datore di lavoro; lavora in cambio di salario o stipendio; assume un'obbligazione di mezzi cioè mette a disposizione la propria forza lavoro (risorse psico-fisiche)

per un determinato tempo.

Layout. a) Nel commercio: disposizione delle attrezzature espositive in un determinato punto vendita. b) Nel linguaggio pubblicitario: disposizione appropriata degli elementi che compongono un annuncio pubblicitario. c) Disposizione fisica nello spazio degli impianti di una industria.

Layout del punto vendita. Contratto di locazione di beni mobili e immobili che una società propone a un'impresa che ne ottiene la disponibilità a medio e lungo termine.

Layout delle attrezzature. Assetto globale del punto vendita e modalità di circolazione del pubblico al suo interno.

Layout merceologico. Tipo/logica di raggruppamento dei prodotti per sollecitare un conseguente impulso di associazione mentale di acquisto nel consumatore.

Leader di mercato. Azienda o marca che detiene la più alta quota di mercato.

Leadership. Caratteristica personale del *leader*, che indica carisma, capacità di comando e di guida. b) Azione esercitata dal *leader*, es. la *leadership* di Giovanni Agnelli.

Legge Finanziaria. Una legge ordinaria contenente le "Disposizioni per la formazione del bilancio annuale e pluriennale dello Stato", uno dei principali documenti giuridici per regolare la vita economica della Repubblica italiana.

Lettera circolare. Strumento di marketing diretto e/o modalità di trasmissione di una stessa informazione a più destinatari.

Lettera di autocandidatura. Lettera di presentazione inviata spontaneamente da un candidato al responsabile dell'area funzionale o del settore aziendale in cui vorrebbe esercitare la propria professione, accompagnata dal proprio curriculum vitae.

Lettera di credito. Documento emesso da una banca che serve da garanzia affinché un soggetto possa ottenere un finanziamento da parte di banche o fornitori. In altre parole, un impegno che una banca, agendo su istruzioni e per conto di un compratore /importatore, emette a favore di un venditore /esportatore.

Lettera di presentazione o lettera di accompagnamento (cover letter). Lettera che il candidato allega al proprio curriculum vitae (v.).

Lettera di vettura aerea/ferroviaria/internazionale. Documento emesso in varie copie che serve per provare la spedizione di merci.

Letteratura aziendale. Si parla di letteratura aziendale e documentazione di prodotto intendendo gli stampati: da *brochure istituzionali dell'azienda* (v.) e *house organ* (v.) a cataloghi, schede tecniche e pieghevoli illustrativi.

Libera concorrenza. Economia basata sul mercato e sulla legge della domanda e dell'offerta. La formazione dei prezzi è lasciata al gioco della domanda e dell'offerta. V. *Domanda, Offerta*.

Libera professione. Lavoro retribuito di volta in volta, specialmente di tipo intellettuale. Il libero professionista fornisce prestazioni intellettuali protette da iscrizione a un albo professionale; riceve un compenso o parcella per le sue prestazioni.

Libero professionista. Chi svolge una libera professione in proprio e risulta iscritto a un albo professionale. V. *Albo professionale*.

Libretto di lavoro. Veniva rilasciato al termine dell'obbligo scolastico ed era indispensabile per iscriversi nelle liste di collocamento. Il D.Lgs 297/2002 lo ha abolito insieme alle liste e ha introdotto al suo posto la scheda professionale del lavoratore. V. *Lista di collocamento*.

Libro paga. Registro su cui sono annotati i dati re-

lativi alla corresponsione della paga ai lavoratori di una azienda.

Licenziamento. a) Interruzione di un rapporto di lavoro a tempo indeterminato, che può avvenire sia per volontà del lavoratore, sia per volontà del datore di lavoro. In entrambi i casi deve essere dato alla controparte il periodo di preavviso previsto nei rispettivi contratti collettivi di categoria. b) L'atto di licenziare un dipendente.

Licenziare. Interrompere il rapporto di lavoro con un proprio dipendente.

Limitazioni di sicurezza. Si applicano al contenuto del bagaglio nei viaggi aerei, in cui si proibisce ad es. il trasporto di bottiglie contenenti specifiche quantità di liquidi, di oggetti metallici, ecc.

Link. V. *Collegamento ipertestuale*.

List price. Prezzi riportati in catalogo. V. *Catalogo, Formazione del prezzo, Prezzario*.

Lista di collocamento. Il D.Lgs 297/2002 ha definitivamente abrogato le vecchie liste, alle quali era indispensabile iscriversi per acquisire lo status di disoccupato e conseguentemente per essere assunti come dipendente (sia nel settore pubblico che in quello privato). Il decreto ha soppresso le liste di collocamento ordinarie e speciali a eccezione della lista nazionale dei lavoratori dello spettacolo (artisti e tecnici di settore), delle liste di mobilità e degli elenchi dei lavoratori disabili. Per chi è senza lavoro o ha intenzione di cambiarlo esiste un elenco anagrafico per contenere i dati del lavoratore, ma la data di iscrizione non ha importanza come accadeva per la lista di collocamento.

Lista di mobilità. Elenco compilato dai competenti Uffici del Ministero del Lavoro (L.22311991) in cui sono iscritti lavoratori licenziati per giusta causa e giustificato motivo e che danno luogo a benefici di legge finalizzati alla reintegrazione lavorativa. V. *Mobilità del lavoro, Trattamento di mobilità*.

Listino. V. *Prezzario*.

Listserver. Programma che si occupa, in maniera del tutto automatizzata, dell'amministrazione della *Mailing List*: iscrizioni, sospensioni temporanee o definitive dell'invio dei messaggi, modalità di ricevimento di messaggi (in forma singola oppure "digest": ogni due o tre giorni si riceve un unico lungo messaggio contenente tutti i messaggi pervenuti nel dato lasso di tempo).

Local brand. V. *Marca a diffusione locale*.

Location. Luogo, all'aperto o al chiuso, scelto per girare le scene di un film, di uno spot o di un'opera di fiction.

Logistica. Secondo la definizione data dall'Associazione Italiana di Logistica (AILOG), la l. è "l'insieme delle attività organizzative, gestionali e strategiche che governano nell'azienda i flussi di materiali e delle relative informazioni dalle origini presso i fornitori fino alla consegna dei prodotti finiti ai clienti e al servizio post-vendita." In pratica la l. è una disciplina che si occupa di ottimizzare la gestione dei flussi di materie prime (in questo caso si parla di "logistica di approvvigionamento"), di semilavorati ("logistica industriale") e prodotti finiti ("logistica distributiva"). V. anche *Logistica delle merci*.

Logistica delle merci. Il coordinamento dei movimenti e degli spostamenti delle merci. V. *Logistica*.

Logotipo (abbreviato in "logo"). Tecnicamente indica la grafica, l'aspetto tipografico del nome di un prodotto o di un'azienda, cioè è il simbolo grafico che identifica un'azienda. Può diventare anche il marchio. Spesso il l. è talmente caratterizzato, da rappresentare un vero e proprio marchio. In alcuni casi basta la "P" di Pirelli, la "C" di Coca Cola, la "M" di McDonald's Corporation o la "D" di Disney per riconoscere una marca senza la presenza del nome intero.

Lookmaker. Creatore del *look*, cioè dell'immagine di un personaggio, costituita dalla valorizzazione degli aspetti estetici, ma anche caratteriali, dal tipo di abbigliamento più consona, dalle modalità di relazione con il mondo dei mass-media e con gli stessi stilisti.

Loss leader. V. *Prezzo civetta*.

Lotta integrata. Metodo di lotta ai parassiti agricoli basata su una combinazione di tecniche biologiche e chimiche.

Lotta sindacale. Attività esercitata dai lavoratori in fase di rinnovo contrattuale, mediante il diritto di sciopero, per presentare la propria piattaforma rivendicativa. V. *Piattaforma rivendicativa, Sciopero*.

Lotto. Una data quantità di merce, es. *un lotto di bottiglie di olio*.

Loyalty. Fedeltà alla marca.

m. , m/ Mio

m/n Motonave

Macchine a controllo numerico. Sono macchine, anche utensili, in cui il processo di lavorazione è gestito da un computer e non manualmente.

Made in Italy. Il marchio di garanzia (di genuinità/origine/ freschezza) del prodotto.

Magazziniere. Responsabile della movimentazione delle merci e della gestione del magazzino.

Magazzino. Locale adibito a deposito di merci.

Maglev. Treno a levitazione magnetica.

Majordomo. v. *Client di posta elettronica*.

Mailing list. a) Lista di indirizzi di posta elettronica usata per diffondere informazione e a scopo pubblicitario. b) Lista di discussione per mezzo del canale di posta elettronica. È più circoscritta del *newsgroup* e generalmente interessa un numero più ristretto di persone. I messaggi arrivano direttamente per email. Ogni mailing list ha un gestore e può essere moderata o no.

Mailing postale. Spedizione di una lettera a una *mailing list*. V. *Marketing diretto, Mailing list*.

Maison. La casa di moda, il nome e il marchio che contraddistinguono l'industria di moda.

Management. La direzione di un'azienda, intesa come: a) il processo di definizione degli obiettivi aziendali, unito alla gestione aziendale che mira alla realizzazione di tali obiettivi e al processo decisionale riguardante la gestione delle risorse economiche e umane disponibili; b) l'insieme delle persone che gestiscono un'azienda nei suoi diversi aspetti; c) i manager di livello più elevato (*executive, senior /top manager*).

Manager. Dirigente, persona che ha la responsabilità del *management* di un'azienda o di una sua parte e che prende decisioni autonome per realizzare gli obiettivi aziendali.

Manager culturale. Si tratta di una nuova figura professionale, in grado di fronteggiare gli aspetti economici, finanziari, contabili, organizzativi, giuridici e di marketing, che si incontrano durante la realizzazione di un evento socio-culturale.

Managerialità. Il tratto distintivo tipico del manager, l'input manageriale.

Manodopera o "maestranze". Chi concretamente produce, tutti gli addetti alla produzione.

Manuale operativo. Nel franchising, l'insieme delle nozioni fondamentali del progetto franchising che l'affiliante trasferisce al suo affiliato per contratto.

Manufatto. Un prodotto lavorato a mano.

Marca. a) Definita dall'American Marketing Association come un simbolo, un nome, un termine di riferimento, un segno, o altra caratteristica finalizzata all'identificazione di prodotti o servizi di un venditore per distinguerli da quelli di altri venditori. b) In tal senso la definizione si avvicina a quella di "marchio", ma la marca rappresenta anche una forma di "relazione" che trasmette al consumatore una serie di con-

tenuti emotivi, es. "Dove c'è Barilla, c'è casa", o uso X "perché io valgo". Se un marchio assume questi valori emozionali, "diventa" anch'esso marca. Comunemente la m. è intesa come elemento attinente a una intera linea di prodotti ed è, in certi casi, l'elemento su cui ruota l'intera strategia di marketing.

Marca a diffusione locale (*local brand*). Marca distribuita in una ristretta area geografica.

Marca gamma (*family brand*). Marca riferita a un insieme di prodotti che hanno caratteristiche simili e rispondono a bisogni simili.

Marca garanzia (*corporate brand*). Si ha quando una società mette il proprio nome nel brand dei suoi prodotti, per facilitare l'approvazione del prodotto da parte del consumatore.

Marca leader. Quella che ha la più importante quota di mercato nel suo complesso o di un segmento di esso ben definito.

Marca ombrello (*umbrella brand*). Si ha quando una società presenta prodotti anche molto diversi fra loro sotto la stessa marca.

Marca prodotto (*mono brand o individual brand*). Marca imposta a un prodotto singolo (o pochi prodotti) per distinguerlo grazie alle sue caratteristiche funzionali inconfondibili.

Marche multiple. Derivanti dallo sviluppo di nuove marche per lanciare prodotti in linee preesistenti in copresenza con i loro marchi.

Marchio. Segno di identificazione con cui le aziende tutelano la propria marca. In altre parole, è costituito da un simbolo, da un'immagine o da una denominazione che ha il compito di identificare i beni o i servizi di un'impresa e a distinguerli da quelli dei concorrenti. Può essere un segno grafico, un'icona o una sigla visiva, usati per rappresentare un'azienda, un prodotto o una marca (*brand*). In pratica è la parte della marca che è riconoscibile ma non identificabile con una parola pronunciabile. Il m. esprime i caratteri distintivi, i valori e l'identità visiva di ciò a cui si riferisce. In genere il m. è formato da quattro componenti base: il nome, il logo, i colori e il simbolo (es.: il cavallino della Ferrari, il coccodrillo di Lacoste, la tartaruga di Carpisa ecc.), che inducono il consumatore finale a identificare il marchio con la marca.

Marchio di fabbrica o **TM** (*trademark*). Indica la provenienza del prodotto da una determinata azienda.

Marchio di qualità. Attesta la qualità di un prodotto.

Marchio registrato ® (*registered*). Marchio che grazie al processo di registrazione dinanzi all'ufficio brevetti (in Italia: Ufficio Italiano Brevetti e Marchi o UIMB) gode di una protezione rafforzata.

Margine di guadagno. Quantità disponibile in sovrappiù, rispetto al necessario.

Mark up. Margine di profitto che l'affiliato deve aggiungere al costo totale di produzione per definire il prezzo di vendita di un prodotto.

Market oriented. V. Impresa orientata verso il mercato.

Market share. Quota di mercato. V. Mercato.

Marketing. a) L'insieme delle tecniche che servono alla commercializzazione di un prodotto. Secondo Kotler: "Un'attività umana diretta a facilitare e a realizzare gli scambi". Tale attività ha l'obiettivo di acquisire informazioni dettagliate sulla domanda e sull'offerta di determinati beni o servizi (attraverso indagini, ricerche, sondaggi), al fine di favorire il loro incontro. Si tratta cioè del complesso delle attività rivolte ad approfondire la conoscenza del mercato potenziale di un prodotto e a organizzare la vendita nel modo migliore. L'attività di marketing riguarda l'individuazione delle tipologie degli utenti a cui il prodotto/servizio intende rivolgersi, le caratteristiche del prodotto/servizio stesso, la determinazione del prezzo/costo e le

iniziative di promozione da intraprendere. b) Insieme delle risorse, dei mezzi e degli strumenti utilizzati per identificare i bisogni effettivi o latenti dei consumatori allo scopo di soddisfarli con il più elevato indice di soddisfazione del cliente consumatore e, contemporaneamente con il massimo profitto per l'azienda. Nella mediazione fra questi opposti parametri si sviluppa l'azione dell'azienda attraverso le sue politiche commerciali.

Marketing dei prodotti. Azioni che hanno lo scopo di rendere più attraente il prodotto per il consumatore.

Marketing del punto vendita. Azioni che hanno lo scopo di rendere più attraente il punto vendita per il consumatore grazie ai fattori che definiscono i caratteri fisici del punto vendita.

Marketing diretto (*direct marketing*). Serve a stimolare una azione di risposta del consumatore finale. L'azienda lo realizza in vari modi: contattando il cliente direttamente al telefono (v. telemarketing); facendo un mailing (v.) postale o per posta elettronica; emettendo buoni (v. Couponing); trasmettendo uno spot televisivo principalmente informativo contenente un annuncio (v. Infomercial); facendo spamming (v.). In altre parole, il m.d. in senso classico include tutte le forme di comunicazione rivolte a stimolare un'azione di risposta da parte della fascia di potenziali consumatori (v. target). A differenza della pubblicità, il m.d. non usa come strumento di misura i "contatti" generati, ma il rapporto tra messaggi inviati e risposte ricevute, detto *redemption*.

Marketing distributivo. Marketing orientato verso la distribuzione piuttosto che verso il consumatore finale.

Marketing faccia a faccia. V. Direct selling.

Marketing fieristico. Contatto diretto fra produttori e venditori da un lato e potenziali acquirenti dall'altro durante una fiera.

Marketing funzionale. Si occupa di stabilire il prezzo del prodotto, il mercato dove deve essere posizionato e il tipo di imballaggio da usare.

Marketing istituzionale. Analizza le persone coinvolte dal prodotto: venditori, intermediari e consumatori.

Marketing-mix. Tecniche e strumenti per arrivare agli obiettivi di marketing, attraverso quattro variabili, dette le 4P: Prodotto (*Product*), Prezzo (*Price*), Distribuzione (*Place*) e Promozione (*Promotion*). Si tratta dell'insieme delle tecniche che stanno alla base delle scelte di marketing compiute da un'impresa in merito alla politica dei prezzi, ai prodotti da commercializzare, fino alla scelta della clientela da raggiungere. In altre parole, è la combinazione dei fattori di marketing dell'azienda che riguardano le decisioni legate al prodotto, al prezzo, alla pubblicità, alla promozione, ai canali di distribuzione e alla rete di vendita. L'ottimizzazione del *marketing mix* deriva dal miglior uso combinato nella gestione e nella destinazione delle risorse fra i vari suddetti fattori.

Marketing relazionale. Forma di m. che cura la relazione col cliente già esistente.

Marketing sociale. Forma di m. sensibile alla collettività degli *stakeholder*.

Marketing virale in rete. Una evoluzione del passaparola (vedi) avvenuta negli anni '90. Un es. di web marketing virale sono le e-mail contenenti idee originali che possono attrarre milioni di visitatori in pochissimi giorni grazie agli utenti della rete che suggeriscono l'utilizzo di un dato servizio.

Mass media. Mezzi di comunicazione (giornali, televisione, cinema) destinati a diffondere informazione a una massa indifferenziata di persone.

Master Franchisee. L'affiliato che ha ottenuto per contratto il diritto di stipulare contratti di *subfranchi-*

see nella zona in cui ha l'esclusiva. In altre parole, è il socio locale di un accordo di Master Franchising. Percepisce le *royalty* e le *fee* di ingresso dagli affiliati e si offre come aiuto e punto di riferimento per questi ultimi.

Master Franchising. Accordo per il quale un franchisor concede i diritti esclusivi di franchising per un determinato territorio a una persona fisica o giuridica. È un tipo di contratto utilizzato generalmente per intraprendere un ampliamento della rete in franchising all'estero.

Master Franchisor. Si tratta del franchisor, il titolare dell'insegna che concede al master franchisee (dietro pagamento diretto o indiretto) il diritto di sfruttare il proprio *know how* al fine di ampliare il proprio business stipulando contratti di franchising ad altri affiliati.

Materiale di protezione. Nella sicurezza sul lavoro, es. *casco, tuta, guanti, mascherina, occhiali, estintore*, ecc.

Matrimonio misto. Unione coniugale fra soggetti che appartengono a due differenti gruppi nazionali o etnici.

Me too. Prodotti che vengono introdotti sul mercato pur non presentando un'innovazione di rilievo rispetto a quanto già esiste. Sono in genere prodotti introdotti per la necessità della marca di essere presente in un determinato segmento di mercato o linea di prodotti.

Media planner. Chi decide la destinazione ottimale dei fondi pubblicitari nei vari canali comunicativi.

Mediatore culturale. Figura professionale dedicata all'aiuto nella comunicazione linguistica e culturale fra i cittadini immigrati da un lato e le istituzioni e i cittadini del paese ospite dall'altro. Tale figura è richiesta ed è attiva all'interno di enti che operano in ambito legale, scolastico, medico-ospedaliero, burocratico, sociale ecc. V. Mediazione linguistico-culturale.

Mediazione linguistico-culturale. Insieme di strategie di intervento per rendere più agevole la comunicazione fra soggetti o comunità appartenenti a culture diverse. L'obiettivo della m.l. è quello di ridurre i rischi di conflitti interculturali e/o di evitare fenomeni di emarginazione, generati dall'ignoranza dei reciproci codici linguistici e di comportamento. L'espressione indica anche le azioni tese a produrre cambiamenti – legislativi o procedurali – finalizzate a ottenere un adeguato rispetto delle diversità culturali, linguistiche e religiose in un contesto multiculturale. V. Mediatore culturale.

Meeting point. V. Punto d'incontro.

Memorandum. Lettera per brevi comunicazioni commerciali.

Mensilità. Somma di denaro riscossa ogni mese

Mercantismo. Tendenza ad assecondare totalmente le logiche liberiste del mercato, senza adottare contromisure protezionistiche. Neologismo di Giulio Tremonti.

Mercato. a) Il luogo fisico, ad es. un tempo la piazza, ove si incontrano i produttori, l'offerta, ed i compratori, la domanda di un bene o di un servizio; b) tutti gli scambi commerciali in generale o quelli relativi a un determinato bene o prodotto, legati alla domanda e all'offerta, es. *mercato finanziario, immobiliare, del lavoro*.

Mercato a lettera. Per corrispondenza.

Mercato al dettaglio o al minuto. Quello degli scambi di merci al dettaglio. V. Vendita al dettaglio, Dettagliante.

Mercato all'ingrosso. Quello degli scambi di merci all'ingrosso. V. Vendita all'ingrosso, Grossista.

Mercato azionario. Quello relativo alla compravendita di titoli azionari.

Mercato cedente. Caratterizzato da prezzi al ribasso.

Mercato comune europeo (MEC). Un'area di

unione doganale fra alcuni Paesi europei creata nel 1957. È stato il precursore dell'Unione europea (UE). A sua volta, la Comunità europea (CE) è la precedente forma dell'odierna UE (v.). Il MEC era l'area dei paesi della CE su cui si realizzano quattro libertà: libera circolazione delle persone, dei servizi, delle merci e dei capitali.

Mercato del lavoro. Luogo teorico dove s'incontrano le diverse tipologie delle domande e delle offerte di lavoro, le quali mettono in rapporto i datori di lavoro con chi è alla ricerca di un'occupazione.

Mercato estero. Tutti gli scambi di un prodotto o di tutti i prodotti di un paese in un altro, es.: *le vendite di vino Chianti in Austria /di champagne francese in Cina /di birra tedesca negli USA.*

Mercato fiacco o calmo o fermo. Caratterizzato da scarsità di contrattazioni.

Mercato intermedio. Quello rappresentato dai distributori, che si colloca fra i produttori e il mercato dei consumatori finali.

Mercato interno o nazionale. Tutti gli scambi di un prodotto o di tutti i prodotti all'interno del paese di produzione, es.: *la vendita di vino in Italia; la vendita di saké in Giappone.*

Mercato libero. Quello della libera concorrenza.

Mercato mobiliare. Quello dei valori mobiliari (beni mobili).

Mercato mondiale. Tutti gli scambi di un prodotto o di tutti i prodotti nel mondo, es.: *gli scambi di petrolio /ferro /riso nel mondo.*

Mercato monetario. Domanda e offerta di capitali fra banche.

Mercato nero o clandestino. Quello in cui la vendita di un bene è vincolata o vietata e il consumatore paga illegalmente prezzi più alti di quelli ufficiali.

Mercato nervoso. Quello in cui i prezzi variano di continuo a breve termine.

Mercato ristretto. Quello delle azioni non quotate ufficialmente in Borsa.

Mercato sostenuto. Caratterizzato da prezzi in rialzo.

Mercato telematico. Mercato di valori mobiliari in cui le contrattazioni si svolgono per mezzo di strumenti telematici.

Mercato vivace. Quello che ha molte contrattazioni.

Mercatone. Un m. può trattare l'offerta di articoli di largo consumo e anche la vendita di mobili e complementi d'arredo. Il più famoso in Italia è Mercatone Uno, una catena di ipermercati (v.) per la grande distribuzione (v.) non alimentare fondata nel 1978 con oggi novanta punti vendita nazionali.

Merce. Un prodotto che è oggetto di compravendita.

Merchandising. a) Le attività e azioni che hanno lo scopo di promuovere la vendita di un prodotto o di una linea di prodotti che fanno parte dell'assortimento di un punto vendita. b) Insieme di attività e di azioni aventi lo scopo di promuovere la vendita di una determinata linea di prodotti o anche di un solo prodotto una volta che lo stesso sia stato inserito nell'assortimento del punto vendita. Il m. può essere riferito all'inserimento di una nuova referenza in un supermercato oppure può dare impulso alla rotazione di una referenza già esistente ma con un basso indice di rotazione. Una tipica azione di m. riguarda il controllo degli spazi e del posizionamento assegnati dal rivenditore ai prodotti di una marca, ai prezzi praticati, ecc. c) Nel *franchising*, l'insieme delle tecniche, fornite dall'affiliante all'affiliato, utilizzate in un punto vendita per attirare l'attenzione del potenziale cliente su un determinato prodotto, quali lo studio del *layout*, la pubblicità, le promozioni ecc. V. Comunicazione sul punto vendita.

Merchandising visivo. Strategia commerciale allineata all'aspetto del punto vendita.

Merchant bank. Un tipo di banca specializzata nel collocamento di prestiti obbligazionari e nella raccolta di fondi per maxi-prestiti a Stati o a istituzioni. Finanzia inoltre le piccole e medie imprese (PMI), dove può svolgere prestazioni di consulenza su fusioni e acquisizioni.

Meritocrazia. Concezione secondo cui ogni tipo di riconoscimento è proporzionale al merito individuale.

Messaggiarsi. Inviarsi reciprocamente messaggi con il cellulare.

Messaggio commerciale (spot pubblicitario). Un breve filmato prodotto e realizzato per pubblicizzare un bene o servizio attraverso il cinema o la televisione. Lo s., con o senza trama narrativa, dura solitamente da pochi secondi a qualche minuto e tende a raccontare una piccola storia per pubblicizzare il prodotto.

Mestiere. Esercizio di una attività lavorativa principalmente manuale, che deriva da esperienza e pratica, a scopo di lucro, es. *il mestiere del meccanico, dell'orafo, del calzolaio ecc.*

Metalmeccanico. Chi lavora come operaio nel settore metallurgico.

Mezzi di produzione. Veicoli, macchinari, attrezzature e strumenti in genere necessari al lavoratore per svolgere il suo lavoro.

MIB o Standard & Poor's MIB (S&P MIB). È stato l'indice generale delle azioni quotate alla Borsa di Milano, computato ogni giorno al termine della seduta sulla base dei prezzi ufficiali. Lo S&P MIB è stato quotato dal 2 giugno 2003 fino al 1° giugno 2009 quando è stato sostituito dall'indice FTSE MIB (v.) in seguito alla fusione di Borsa italiana con la Borsa di Londra o London Stock Exchange (LSE).

Middle management. V. Direzioni intermedie.

Migrante. Chi fa uno spostamento permanente o generalmente a lungo termine, da una regione a un'altra dello stesso paese o dal paese di origine a un altro paese, abbandonando il luogo di residenza originario.

Migrare. Abbandonare il proprio luogo di origine per stabilirsi altrove. V. Emigrare, Immigrare.

Migrazione. a) La capacità di muoversi secondo intenzioni e motivazioni ben precise. Può avvenire all'interno dei confini di uno stato (migrazione interna) o attraverso i confini di più stati (migrazione esterna o internazionale). b) L'effetto del migrare. V. Migrare.

Mini-mercato (superette). Punto vendita a libero servizio che si richiama sia al negozio al dettaglio che al supermercato, che vende un assortimento limitato di beni di largo consumo e ha una superficie compresa fra i 200 e i 400 metri quadrati.

Minoranza etnica. In termini di razza, etnia e cultura, la "minoranza" si riferisce alla rappresentazione e al potere, piuttosto che al numero e alle proporzioni. La minoranza etnica si riferisce a varie tipologie che vanno da realtà rivendicate, separatiste, regionaliste, autonomiste, ecc., ai gruppi etnici stranieri che si inseriscono nei paesi di immigrazione. Il concetto di minoranza richiama anche quello di identità, che deve essere considerata nella sua duplice caratteristica di autopercezione (percezione di se stessi) ed eteropercezione (percezione dall'esterno di sé). Nel caso delle m. etniche, infatti, può realizzarsi una forte percezione delle proprie caratteristiche alla quale può tuttavia non corrispondere una equivalente percezione esterna da parte della maggioranza in cui tale minoranza è inserita.

Mission statement. V. Missione aziendale.

Missione aziendale (mission statement). Lo scopo ultimo che giustifica l'esistenza di una azienda e l'elemento che la distingue da tutte le altre. La finalità (produttiva, di servizi) posta alla base dell'attività di un'azienda, in altre parole, il "manifesto" della mis-

sione di una impresa. La m. a. è una guida pratica all'azione dell'impresa, basata sulle risposte date a tre domande fondamentali: Chi siamo? Che cosa vogliamo fare? Perché lo facciamo? Il m.s. della FIAT S.p.A. è "Nata per stare sotto i riflettori", quello della Disney è: "Rendere felici le persone". Non tutte le aziende hanno un m.s.

Mittente. Nella corrispondenza commerciale, chi spedisce lettere, plichi, pacchi o altro a mezzo posta, posta elettronica o corriere.

Mix promozionale o piano promozionale. Distribuzione delle varie tipologie pubblicitarie da usare.

Mobbing. Termine usato in ambito lavorativo per indicare una situazione di pressione psicologica esercitata da superiori, colleghi o subordinati nei confronti di uno o più lavoratori.

Mobilità del lavoro. Lo spostamento di lavoratori dipendenti da un reparto all'altro, da una unità produttiva all'altra, da un settore industriale all'altro, in rapporto al mutare delle esigenze della produzione e delle condizioni del mercato. Disponibilità a trasferirsi dalla propria residenza a un altro luogo di lavoro.

Mobilità orizzontale. Il passaggio a ruoli professionali simili, ad es. un "analista di laboratorio" può lavorare in industrie agroalimentari, farmaceutiche, o in laboratori e strutture di ricerca.

Mobilità verticale. Il passaggio a compiti di maggiore responsabilità nello stesso ruolo professionale, ad es. da "analista di laboratorio" a "responsabile di laboratorio".

Moderare. Nella comunicazione via Internet, moderare una *mailing list* significa che tutti i contributi pervenuti sotto forma di messaggio vengono letti e filtrati dal moderatore per evitare interventi scorretti e/o impropri dal parte di un sottoscrittore.

Moderatore. Chi modera. Chi presiede, dirige o coordina una riunione, un dibattito, una tavola rotonda, una riunione di consiglio, un forum su Internet ecc.

Modulo per l'immigrazione. Fornito dal personale di bordo, da compilare direttamente a bordo dell'aereo. Per i voli diretti verso gli USA è il modulo "I 94W".

Modulo per la dogana. Fornito dal personale di bordo, da compilare direttamente a bordo dell'aereo.

Moneta elettronica. Pagamento effettuato con denaro "virtuale". V. Carta di credito, Carta di debito.

Monitor. a) Schermo di dimensioni ridotte su cui appaiono (ed è quindi possibile controllare) le immagini riprese in quel momento da una telecamera. b) Schermo di un computer.

Monitoraggio. Controllo frequente o continuo svolto attraverso apparecchiature (es. monitor) o tecniche di analisi.

Motivazioni del candidato. Il perché ha scelto di rivolgersi proprio a quella determinata azienda.

Motivazioni professionali. Incanalamento delle energie psichiche in risposta a determinati bisogni inerenti la sfera professionale di una persona.

Motivazioni. Nella ricerca di lavoro, le spinte individuali all'azione sono spesso i punti di riferimento di carriera che aiutano a fissare un percorso professionale adatto a sé. V. Caratteristiche personali.

Motore di ricerca. Programma che risiede in diversi siti e che fa una ricerca sulla rete; si possono quindi cercare, ad es., tutte le pagine che contengono certe parole.

Multiculturalismo. L'esistenza, all'interno di un determinato gruppo, di una molteplicità di esperienze culturalmente codificate e diverse fra loro.

Multietnico. Un aggregato sociale costituito da componenti etniche che interagiscono fra loro e che organizzano il loro comportamento sulla base di una supposta diversità etnico-culturale rivendicata all'interno del gruppo o imposta dall'esterno. Realtà circo-



scritte quali la famiglia, una classe scolastica, un sindacato, un'associazione o simili possono essere definite multietniche quando vi fanno parte individui che attribuiscono al fattore etnico una certa importanza nelle interazioni sociali.

Multinazionale. V. Gruppo multinazionale.

Mutuo. Contratto mediante il quale una banca presta al richiedente una somma di denaro. Il debitore si impegna a restituire l'importo dilazionato nel tempo in rate spesso soggette a tassi d'interesse.

Mutuo a tasso fisso. Caratterizzato dal tasso d'interesse delle rate fisso per tutta la sua durata. È consigliato a chi vuole conoscere da subito l'esatto importo delle singole rate. V. Mutuo.

Mutuo a tasso variabile. Caratterizzato dall'oscillazione delle rate in base a differenti parametri specificati nel contratto stipulato (ad es., l'andamento del tasso d'interesse di mercato). È consigliato a chi desidera pagare rate variabili per tutta la durata del mutuo. V. Mutuo.

n., **N.** Numero

N.O.F. Nuovo obbligo formativo.

N.O.S. Nuovo obbligo scolastico.

n/c Nostro conto

n/o Nostro ordine

Naming. Tecnica pubblicitaria dell'assegnare un nome a un prodotto, servizio o azienda.

NAS. V. Nucleo Anti-sostituzione.

Nativo (sost.). Si riferisce a chi è nato in un determinato paese o territorio, es. *sono nativo dello Sri Lanka*.

Naturalizzazione. Indica l'acquisizione, da parte di uno straniero o apolide, della cittadinanza dello stato in cui risiede.

Nave cisterna (*Tanker*). Trasporta carichi liquidi costituiti prevalentemente da petrolio e suoi derivati, ma anche da olio commestibile, vino, acqua ecc. Le cisterne hanno quasi sempre pareti vetrificate che rappresentano una maggior tutela per il prodotto e facilitano le operazioni di lavaggio.

Nave da carico (*General cargo ship*). Finalizzata al trasporto di merci in genere.

Nave di linea (*Liner*). Fa servizio regolare di linea, con itinerari, scale e orari prestabiliti e pubblicizzati.

Nave frigorifera (*Refrigerated carrier*). Adibita al trasporto di generi alimentari (carne, frutta, verdura ecc., freschi o congelati) che devono essere conservati a basse temperature.

Nave gassiera e metaniera (*Gas carrier*). Adibita al trasporto di gas (propano, butano, metano, ecc.) liquefatto a temperatura ambiente, reso liquido per compressione.

Nave porta rinfuse miste (*Ore/Oil carrier*, *Ore/Bulk/Oil carrier*). Adibita al trasporto di carichi di elevato peso specifico (minerali) e prodotti petroliferi, oppure carichi liquidi o secchi di peso specifico relativamente basso, ma che saturano la portata della nave.

Nave porta-chiatte (*Lash carrier*). Con attrezzature proprie che consentono l'imbarco e lo sbarco di chiatte senza l'ormeggio a banchina.

Nave porta-contenitori (*Containers shipping LO LO* o "Lift on- Lift off"; *Containers shipping RO RO* o "Roll on-Roll off"). Nave progettata per il miglior sfruttamento dello spazio destinato a ricevere i container. Può anche avere locali adibiti al carico tradizionale o spazi per l'imbarco di mezzi su ruote.

Nave porta-rinfusa (*Bulk carrier*). Dispone di stive adatte solo al trasporto di carichi secchi quali grano, riso o minerali.

Nave RO-RO. Un tipo di nave recente, con la stiva suddivisa in ponti accessibili direttamente dagli automezzi per mezzo di rampe di accesso, ideale per integrare i trasporti via acqua e via terra. V. Nave porta-contenitori.

Nave traghetto (*Ferry boat*; *Roll on/Roll off*). Costruita con criteri che rendono possibile l'imbarco e lo sbarco di mezzi semoventi, semirimorchi o carrelli ferroviari da rimuoversi con motrici stradali.

Nave volandiera (*Trump ship*). Non fa servizio regolare di linea, ma fa scalo nei porti in cui può avere l'opportunità di imbarcare merce o stipulare un contratto di noleggio.

Navetta. Mezzo di trasporto che effettua continui viaggi di andata e ritorno lungo un percorso fisso abbastanza breve, es. *navetta aeroportuale*.

Navigatore satellitare o GPS o "navigatore". Strumento capace di ricevere il segnale satellitare GPS (*Global Positioning System*), integrato con un database stradale; è concepito per assistere il conducente di un'automobile indicandogli interattivamente il percorso da seguire per raggiungere la destinazione impostata dal conducente.

Negoziante. Proprietario o gestore di un negozio (v.) per la vendita di merce al pubblico.

Negozi. Locale generalmente situato a piano terreno al livello della strada, dove si vendono merci al dettaglio.

Neocon. Neoconservatore.

Nerd. Il termine "nerd" è usato in inglese in senso negativo, e in italiano può essere tradotto, generalmente, con *secchione*; a partire dagli anni '90 il termine è usato per connotare le persone che hanno competenze tecniche di un certo livello.

Netiquette. Etichetta comportamentale nell'ambito di Internet.

Network. Rete dei contatti utili.

Networking. Attività dedicata a costruire e sviluppare una rete di rapporti utili per l'azienda. Letteralmente, "intessere o lavorare sulla rete dei contatti (utili)", è l'attività dedicata a costruire e sviluppare una rete di rapporti utili per l'impresa.

New faces. Letteralmente "nuove facce". Settore dedicato allo sviluppo dei giovani aspiranti alla carriera.

News group. Spazio virtuale, in rete, in cui si dialoga con altri iscritti intorno a uno stesso tema, ma non in tempo reale. Simile alla *mailing list* (v.) nello scopo, invece di ricevere gli interventi per email, bisogna collegarsi al *netserver*, iscriversi al gruppo e leggersi i messaggi ed eventualmente rispondere a questi *on line* o meglio *off line*. Moderato o affidato nell'osservanza e nel rispetto individuali delle regole della Netiquette da parte dei partecipanti.

Nicchia. Nel marketing, segmento particolare del mercato caratterizzato da una ridotta offerta e domanda.

Noleggiatore (*charterer*). Chi dà in locazione beni mobili di trasporto, il *noleggiatore del piroscafo* "Solead" / *dell'aereo della compagnia "Meridiana"*.

Nolo o noleggio. Contratto con cui una persona si impegna a far compiere alla sua nave o al suo aereo, contro pagamento, e nell'interesse di un'altra persona, uno o più viaggi prestabiliti. b) Prezzo del trasporto su navi e aerei.

Nomade. (sost., agg.) Caratterizzato dalla mobilità assoluta o irregolare, non scandita da ritmi regolari, né associato a itinerari fissi, es. *un accampamento di nomadi*, *una popolazione nomade* (che non ha un sito di insediamento stabile).

Non food. Letteralmente "non alimento". Comunemente inteso come un punto vendita o un reparto che commercializza generi non alimentari.

Non forze lavoro. Comprendono: la popolazione in età non lavorativa con meno di 15 anni; le forze lavoro potenziali, ossia le persone che dichiarano di essere in condizione non professionale (casalinga, studente, ritirato dal lavoro) e di non aver svolto alcuna attività lavorativa, né di aver cercato lavoro nel periodo di riferimento; oppure di averlo cercato, ma non con le

modalità già definite per le persone in cerca di occupazione. Le non forze di lavoro comprendono inoltre gli inabili e i militari di leva o in servizio civile sostitutivo.

Nonconformista. Chi non si conforma al modo di agire e di pensare della maggioranza.

Norme di sicurezza sul lavoro. Insieme di norme volte a prevenire (v. Prevenzione), ridurre, diminuire i rischi lavorativi e a proteggere i lavoratori.

Nota o fattura o parcella. Elenco delle prestazioni fornite da un professionista, contenente il compenso richiesto.

Nota. Lista, conto.

ns., **n/** Nostro/al/le

Nucleo Anti-Sostituzione (NAS). Unità specializzata istituita nel 1962 che fa capo ai Carabinieri. Si occupa di: controllo degli alimenti; controllo sull'igiene, sanità pubblica e polizia veterinaria; sanità marittima, aerea e di frontiera; profilassi internazionale delle malattie infettive e diffuse.

Numero chiuso. Limite rigoroso stabilito, in partic. per posti di lavoro, di studio e simili.

Numero legale. Il numero di presenti necessario affinché sia valida una assemblea.

Numero verde. Servizio telefonico gratuito per l'utente, poiché addebita automaticamente la chiamata al destinatario.

Nuova fetta di mercato. Una parte di mercato che esprime nuove tendenze e bisogni dei consumatori. V. Mercato.

Nuove marche. Sviluppate specificamente per inserire nuovi prodotti in nuove linee. V. Marca.

Nuovo obbligo formativo. L'articolo 68 (Obbligo di frequenza di attività formative) della Legge 144/1999 prevede, al fine di potenziare la crescita culturale e professionale dei giovani, la progressiva istituzione a decorrere dall'anno 1999/2000 dell'obbligo di frequenza di attività formative fino al compimento dei 18 anni. Tale obbligo può essere assolto in percorsi anche integrati di istruzione e formazione: nel sistema di istruzione scolastica (scuole secondarie superiori statali e paritarie, pareggiate o legalmente riconosciute); nel sistema della formazione professionale di competenza regionale; nell'esercizio dell'apprendistato. L'obbligo si intende comunque assolto mediante il conseguimento di un diploma di scuola secondaria superiore o di una qualifica professionale acquisita dopo percorsi di formazione professionale di durata complessiva non inferiore a due anni, salvo il riconoscimento di eventuali crediti.

Nuovo retail. Produzione, distribuzione e vendita di enormi quantità di beni di consumo diversi, es. il n.r. della catena di supermercati americana Key-Mart.

Obbligazione. Titolo di debito attraverso il quale la banca emittente si impegna a scadenza a rimborsare il capitale raccolto.

Obbligo scolastico. A conclusione del periodo di istruzione obbligatoria, la scuola rilascia una certificazione secondo il modello ministeriale di cui al Decreto n. 70 del 13/3/2000. La certificazione attesta che l'alunno: "ha adempiuto l'obbligo di istruzione", se ha conseguito la promozione al secondo anno di scuola secondaria superiore; "è prosciolto dall'obbligo di istruzione" se, pur non avendo conseguito la promozione al secondo anno della scuola secondaria superiore, al compimento del quindicesimo anno di età dimostri di aver osservato per almeno 9 anni le norme sull'obbligo scolastico". Dall'anno scolastico 1999/2000, in base al "nuovo obbligo scolastico", l'obbligo di istruzione è stato elevato da 8 a 10 anni.

Obiettivi comunitari. Finalità da privilegiare attraverso l'utilizzo dei fondi strutturali. Per il periodo 2000-2006, l'Unione Europea ha individuato 3 obiettivi prioritari: Obiettivo 1: promuove lo sviluppo e

l'adeguamento strutturale delle regioni in ritardo di sviluppo; Obiettivo 2: favorisce la riconversione economica e sociale delle zone con difficoltà strutturali; Obiettivo 3: favorisce l'adeguamento e la modernizzazione dei sistemi di istruzione, formazione e occupazione.

Obsoleto. Invecchiato, non attuale.

Occupato. Status lavorativo di chi ha un lavoro. V. Disoccupato, Sottoccupato, Inoccupato.

OCDE Organisation de coopération et de développement économiques. V. OCSE.

OCSE. V. Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico.

OECD - Organisation for Economic Co-operation and Development. V. OCSE.

Offerta. L'insieme dei beni e servizi che soddisfano la domanda. V. Domanda.

Offerta di impiego/di lavoro. Proposta di lavoro che un'azienda rivolge a uno o più candidati.

Offerta di lancio (introductory offer) di un determinato prodotto, generalmente si accompagna con un prezzo più competitivo o con condizioni migliori.

Offerta di lavoro. Nel linguaggio economico (e per analogia, in quello che riguarda il mercato del lavoro), ci si riferisce con questa espressione all'insieme dei soggetti che "offrono" lavoro sul mercato, cercando occupazione. L'insieme delle richieste provenienti dalle imprese che offrono posti di lavoro si definisce invece domanda di lavoro (v.).

Offerta speciale. Una forma di promozione delle vendite (v.). È comunemente intesa come offerta particolarmente vantaggiosa per l'acquirente, relativa a uno o più prodotti. Es: sconti, quantità maggiorate, (3X2), ecc. V. offerta di lancio.

Offshoring. V. Delocalizzazione della produzione.

Omaggi con l'acquisto. Una forma di promozione delle vendite (v.).

One shot. Letteralmente "un colpo". Sinonimo del direct marketing di un solo invio di un messaggio per la vendita di un prodotto.

Oneri sociali. Insieme dei versamenti obbligatori per la gestione previdenziale, quali quelli per gli infortuni, per il trattamento di malattia, per la pensione.

ONG. Organizzazione Non Governativa. Ente privato, senza scopo di lucro, che persegue fini di interesse generale (umanitario, politico, religioso).

ONLUS. Organizzazione Non Lucrativa di Utilità Sociale. Ente appartenente al terzo settore in possesso dei seguenti requisiti: natura privatistica dell'ente, divieto di distribuire utili, perseguimento di fini solidaristici. Possono essere ONLUS: le organizzazioni di volontariato, costituite da soci volontari che prestano gratuitamente la loro opera; gli organismi *non profit*, costituiti sul modello delle imprese; le cooperative sociali (tipo A e tipo B); le organizzazioni non governative (v. ONG).

OPA. Offerta Pubblica d'Acquisto sulla totalità delle azioni di una società.

Operaio. Chi svolge un'attività di lavoro manuale alle dipendenze di qualcuno.

Operazione a premi. Azione promozionale che prevede la consegna di un premio a tutti coloro che compiono una certa operazione, in genere legata a un acquisto, es. offerta di sostegno di un viaggio premio a Madrid per chi si iscrive a un corso di spagnolo.

Opinion leader. Persona che per esperienza o per ruoli professionali, istituzionali o meno, dispone di una visibilità rispetto all'opinione pubblica estremamente significativa e di una specifica attendibilità, quindi credibilità in relazione a un fenomeno.

Opuscolo. Nel commercio e nell'industria, libro contenente poche pagine (non più di 80), di divulgazione pubblicitaria.

Ora legale. Ora determinata dal governo per ogni

nazione. Rappresenta la convenzione di avanzare di un'ora gli orologi durante il periodo estivo per aumentare la luce solare nel tardo pomeriggio. Nel periodo autunnale si ritorna all'orario di base, denominato "ora solare".

Orario contrattuale. Orario di lavoro pattuito fra imprese e sindacati negli accordi collettivi di categoria.

Orario ferroviario. Lista dei tempi di passaggio di ogni treno in determinate località; se disponibile al pubblico, contiene la specifica dell'ora di arrivo e di partenza del treno.

Orario flessibile (flexitime). Permette di iniziare e concludere la giornata lavorativa all'ora a scelta del lavoratore (di solito l'ora di inizio viene stabilita all'interno di un arco orario, ad es. si può cominciare il lavoro fra le 8 e le 10 del mattino), a patto però che ogni giorno vengano effettuate le ore di lavoro pattuite per contratto. Molto in voga nei paesi anglosassoni, si sta diffondendo anche in Italia.

Orario legale. Il pacchetto Treu (L. n. 196/1997) ha stabilito l'orario lavorativo legale a 40 ore settimanali e a 8 ore giornaliere. Oltre le 40 ore scatta l'orario straordinario (v.).

Orario straordinario o "straordinario". Si può realizzare solo su volontà del lavoratore, cioè non può essere imposto dal datore. Si può svolgere solo fino a un numero massimo di ore giornaliere/annuali legalmente stabilito. Si calcola sulle ore eccedenti rispetto all'orario normale di lavoro. Le ore di straordinario sono retribuite di almeno il 10 % in più.

Ordinazione. Ordine, incarico dato a una azienda o a una persona di fornire una data quantità di merce, es. abbiamo fatto un'ordinazione il mese scorso.

Ordine del giorno (ODG). L'agenda o scaletta di una riunione.

Organigramma. Rappresentazione grafica delle funzioni dei singoli organi aziendali.

Organizzatore di eventi fieristici. Può essere lo stesso gestore degli spazi fieristici o altro soggetto privato. V. Ente fieristico.

Organizzazione per la Cooperazione e lo Sviluppo Economico (OCSE). Ente creato per mettere in atto cooperazione e coordinamento in campo economico fra nazioni europee nel periodo successivo alla Seconda Guerra Mondiale.

Orientamento professionale. Insieme coerente di iniziative, di azioni formative e informative, di consulenze e di assistenza che ha la funzione di accompagnare un aspirante lavoratore nella costruzione di un progetto professionale personalizzato (nei Centri per l'Impiego operano orientatori che svolgono questa attività).

Out of stock. Quantità di merce "esaurita", quindi non sufficiente alle possibilità di vendita e al fabbisogno commerciale di un determinato prodotto, es. da oggi le fragole fresche sono esaurite.

Outlet. Negozio che vende i prodotti di fine serie di marchi di lusso a prezzi scontati.

Outsourcee. Impresa che esternalizza la propria produzione, facendo outsourcing (v.) presso una impresa straniera (v. Outsourcer).

Outsourcer. L'impresa straniera coinvolta nel rapporto di outsourcing con l'impresa che esternalizza la propria produzione, detta outsourcee.

Outsourcing. Politica aziendale in cui l'impresa stabilisce una collaborazione con un'impresa esterna ai suoi confini nazionali, che le fornisce l'approvvigionamento esterno di beni e servizi. In altre parole, è una modalità di esternalizzazione di una fase del processo produttivo da parte di un'azienda, nel momento in cui non le risulta più economicamente vantaggioso mantenere quel segmento di processo all'interno dell'azienda. L'a. spesso si riferisce ad attività di servizio,

ad es. la pulizia, la preparazione del cibo, il trasporto delle merci, la contabilità ecc.

Over the counter. V. Terzo mercato.

Overbooking (dall'inglese *over*: sopra, e *booking*: prenotazione). Situazione in cui le prenotazioni fatte dalle compagnie aeree sono al di sopra delle reali capacità dell'aeromobile.

p. Per

P.A. Pubblica amministrazione

p.c. Per conoscenza

p.c.c. Per copia conforme

P.I.P. (Piani di Inserimento Professionale). Progetti che consentono l'inserimento temporaneo di giovani disoccupati professionalmente qualificati, all'interno di singole aziende, imprese o studi professionali per lo svolgimento di un'esperienza lavorativa e di attività formative.

p/o Per ordini

p.o. & c. Per ordine e conto

P.O. Programma operativo.

P.O.N. Programma operativo nazionale.

P.O.R. Programma operativo regionale.

p.p. , p/p Per procura

P. S. Post Scriptum

p.to f.co Porto franco

p.v. Prossimo venturo

PAC. Il Piano di accumulo del capitale è una formula di investimento in quote di un fondo comune secondo un piano di versamenti periodici. Grazie a questa modalità generalmente diminuisce il prezzo medio d'acquisto.

Pacchetti viaggio (o viaggi packages) sono in genere i prodotti organizzati dai tour operator.

Package Deal. Tutto ciò che il *franchisor* porta "in dote" al *franchisee*, a cominciare dall'addestramento e aggiornamento del personale, dalla messa a punto del unità operativa, alla consulenza e all'assistenza finanziaria, gestionale e di marketing.

Package labeling. V. Segnatura dell'imballaggio.

Packaging. a) La confezione di un prodotto. b) Studio della confezione per renderla attraente e stimolante al fine di favorirne l'acquisto. c) Modalità di presentazione e imballaggio del prodotto. V. Confezione.

Padiglione fieristico (stand). Spazio riservato a ogni espositore o a ogni categoria di prodotti durante una fiera, mostra o esposizione.

Paesi in via di sviluppo. Con questa denominazione, i paesi in via di sviluppo presentano in genere, una scarsa omogeneità (essendo distribuiti in America Latina, Africa e Asia, con una popolazione profondamente diversa per razza, religione e cultura), ma sono considerati come un insieme proprio in virtù di una comune situazione economica precaria.

pag. , pagg. Pagina/pagine

Paga base. Compenso minimo, al netto di assegni integrativi, corrisposto ai lavoratori di una determinata categoria per un lavoro prestabilito.

Pagina pubblicitaria. Canale pubblicitario che si esprime su riviste e rotocalchi. V. Inserzione pubblicitaria.

Pallet. V. Pancale.

Pancale. Struttura in legno fatta per contenere grosse quantità di merce di solito già imballata, è un tipico es. di imballo terziario (v.).

Panel. Campione caratteristico rappresentativo utilizzato nelle indagini di mercato.

Paniere. Insieme dei prodotti di largo consumo e dei servizi in base ai quali si calcola il costo della vita. È rappresentativo della struttura media dei consumi delle famiglie valutati ai prezzi di acquisto.

Paragone. Un'analisi comparativa fra due o più cose o persone, che porta a una scelta o a un giudizio, es. *A è migliore/peggiore di B; A è più /meno funzionale*

di B.

Parcella o nota o notula. Compenso del libero professionista. Contiene l'elenco delle prestazioni fornite da un professionista e il compenso richiesto.

Parco commerciale (shopping mall). Struttura che si è molto sviluppata negli ultimi anni, formata da una aggregazione di negozi di medie e grandi dimensioni quali ipermercati (v.), mercatoni (v.), mobilitici, casalinghi, outlet (v.), grandi magazzini (v.), centri bricolage (v.) ecc., ciascuno con entrata indipendente situata in aree extraurbane e quasi sempre priva di una galleria coperta.

Parco progetti. Programma multiregionale finalizzato all'inserimento professionale attraverso lo sviluppo locale e la creazione d'impresa, in particolare per i nuovi bacini d'impiego.

Parte normativa. Le regole che disciplinano i rapporti individuali di lavoro.

Parte obbligatoria. Le regole che disciplinano determinati aspetti dei rapporti reciproci fra datori e prestatori di lavoro. V. Parti sociali.

Parti sociali o parti stipulanti: "datori di lavoro"; "prestatori di lavoro" o lavoratori; rappresentanti delle aziende, cioè le associazioni di categoria (v.); i rappresentanti dei lavoratori, cioè i sindacati (v.).

Partita IVA. Numero di 11 cifre che identifica un soggetto fiscale. Codice che identifica ogni soggetto che esercita una attività imprenditoriale e professionale in Italia e che, in quanto tale, deve versare l'imposta sul valore aggiunto (IVA). Attribuito dall'ufficio competente per territorio, deve essere indicato su ogni documento contabile e fiscale.

Part-time. V. Contratto a tempo parziale.

Passaparola. Un messaggio apparentemente informale su un prodotto o servizio, scambiato fra consumatori; apprezzare, suggerire, raccomandare un prodotto o servizio (azione che parte dai consumatori, diretta verso altri consumatori), "viralizzare" o generare *buzz* (*buzzing*) (creare curiosità e interesse verso un bene).

Pastorizzatrice. Macchina per eliminare microorganismi patogeni ed evitare il deterioramento dell'alimento.

Patente di guida. Concessione amministrativa per esercitare la guida di veicoli.

Patentino. Concessione amministrativa a esercitare una data attività o professione per un periodo di tempo e con precise limitazioni.

Pausa pubblicitaria o "réclame" o "consigli per gli acquisti". Una breve interruzione di trasmissioni radio o televisive al fine di pubblicizzare prodotti e servizi.

Pay and Touch. Un sistema sperimentale per pagare il conto della spesa con le impronte digitali.

Pay per view. Espressione inglese che indica un sistema televisivo via cavo o via satellitare che consente all'utente di scegliere i programmi da vedere e pagare solo questi.

Peculato. Riguarda un funzionario pubblico che si sia appropriato di denaro destinato a funzioni amministrative, ad es., falsificare le spese sostenute per realizzare un'opera pubblica. Questo reato è punibile col carcere.

Pedaggio. Tassa corrisposta per il transito di veicoli in determinate strutture, es. pedaggio autostradale.

Pellicola di plastica. Un tipico imballaggio.

Pendolare. Chi viaggia ogni giorno per andare al lavoro.

Pensiero divergente. È una forma di pensiero che da sempre ha un ruolo fondamentale nella propagazione della vita sul nostro pianeta. Si manifesta in tutte le forme (vegetali, animali, umane) e in tutti i settori del vivere. Al p.d. dobbiamo tutte le "invenzioni della vita", dall'ameba al pollice opponibile, tutte le

svolte evolutive della cultura umana e tutte le idee innovative che ci hanno portati fin qui e fanno progredire la scienza, la letteratura e le arti, la politica, l'economia, la finanza, l'industria e il commercio. Il p.d. conduce all'apprendimento affettivo, basato su un evento emotivo derivato dall'esperienza. È inclusivo, intuitivo, opera simultaneamente, cerca la revisione del conosciuto, esplora l'indeterminato, costruisce potenzialità future. (v. Unità di Apprendimento 1.2.1).

Pensione. Un diritto del lavoratore, consistente nella rendita data al lavoratore in base agli anni di lavoro. In altre parole è una rendita data al lavoratore in base agli anni di lavoro.

Percorso professionale. Indica quando, presso quale azienda e in quali contesti il candidato ha utilizzato le sue competenze.

Perdita. Nelle operazioni economiche, l'eccedenza dei costi sui ricavi. V. Conto profitti e perdite.

Permesso di soggiorno. Permesso rilasciato dall'autorità competente, che consente di soggiornare sul territorio nazionale. Può avere durata limitata, oppure essere a tempo illimitato. In Italia, in linea generale, per ottenerlo è necessario soddisfare tre requisiti: 1) essere in possesso di un visto di ingresso valido. 2) Non costituire un pericolo per l'ordine pubblico o per la sicurezza sanitaria. 3) avere i mezzi di sostentamento necessari per la durata del soggiorno. Il permesso di soggiorno è strettamente connesso al tipo di visto in virtù del quale è stato consentito l'ingresso in Italia. Ciò vale anche relativamente alla sua durata che varia a seconda della motivazione per la quale è stato richiesto; studio, lavoro, turismo. Normalmente il permesso di soggiorno può essere rinnovato qualora persistano le condizioni in base alle quali è stato rilasciato.

Persona disoccupata. V. Lavoratore disoccupato.

Persona in cerca di occupazione. La persona di almeno 15 anni e di un massimo di 64 anni che dichiara: una condizione diversa da occupato; di non aver effettuato ore di lavoro nel periodo di riferimento; di essere alla ricerca di un lavoro; di aver effettuato almeno una ricerca di lavoro nei trenta giorni che precedono il periodo di riferimento; di essere immediatamente disponibile (entro due settimane) ad accettare un lavoro, qualora gli venga offerto. Le p. in cerca di occupazione sono classificate in: a) disoccupate (v.); b) in cerca di prima occupazione (v. Inoccupato); c) altre persone in cerca di lavoro, che: dichiarano di iniziare una attività in futuro, avendo già trovato un'occupazione; dichiarano di essere in *altra condizione* (studenti, casalinghe, ritirati dal lavoro, ecc.), ma che cercano un'occupazione e sono immediatamente disposti a iniziare l'attività lavorativa.

Persona in cerca di prima occupazione. V. Lavoratore inoccupato.

Personale /lo staff. Le risorse umane (v.). V. Valutazione del personale.

Pervenire. Arrivare, es. *la merce ci è pervenuta in buone condizioni*.

Pianificazione. Attività che, nell'ambito aziendale, è rivolta alla definizione di strategie produttive e di mercato finalizzate alla crescita dell'azienda stessa. Nell'ambito di stati con economie non di mercato (non capitalistiche), è l'attività rivolta alla definizione di piani economici pluriennali finalizzati allo sviluppo o alla crescita del paese.

Pianificazione aziendale. Sistema operativo per la definizione di obiettivi aziendali e di azioni per conseguirli.

Pianificazione delle risorse d'impresa (Enterprise resource planning o ERP). Sistema informativo di gestione informatica che integra tutti i processi di business aziendale, quali contabilità, vendite, acquisti,

gestione magazzino ecc. Fra le altre applicazioni che aiutano i dirigenti aziendali a implementare questa metodologia negli affari troviamo quelle per il controllo di inventari, per il "tracciamento" degli ordini, e quelle rivolte ai servizi per i clienti, finanza e risorse umane.

Piano d'impresa o progetto/studio di fattibilità (business plan). Documento di pianificazione complessiva che descrive l'idea imprenditoriale per permettere una sua valutazione oggettiva. In altre parole, è lo studio rivolto all'analisi della realizzabilità di un'idea o di un progetto in termini economici, tecnologici, di risorse umane, ecc. È quindi una specie di simulazione dal punto di vista economico (dei costi e ricavi) delle possibilità di sopravvivenza di un'azienda o iniziativa aziendale che ha intenzione di entrare nel mercato. Il p. definisce strutture, obiettivi e modalità di realizzazione di una data attività imprenditoriale, analizzando nei dettagli la fase di avvio, gli sviluppi previsti, fino a giungere alla condizione di regime. In base a questa valutazione si giudica la possibilità per un progetto di ricevere agevolazioni a finanziamenti specifici.

Piattaforma rivendicativa. Le rivendicazioni o richieste contrattuali dei lavoratori.

Piazzola di servizio. Spazio per la sosta o il parcheggio ai lati di una autostrada.

Piccola società cooperativa. Tipo di cooperativa semplificata negli organi sociali e con numero minimo di soci pari a 3.

Pieghevole illustrativo o "pieghevole". Depliant (v.) o foglio illustrativo di un prodotto.

Piggy back. Promozione su un prodotto ottenuta dal cliente solo acquistando altri prodotti.

PIL. V. Prodotto interno lordo.

Pirateria commerciale. Riproduzione grossolana di un bene, che non trae in inganno il consumatore o utente, che quindi è del tutto consapevole di trattare, commercializzare o acquistare un bene in violazione della privativa (v.) industriale o sul diritto d'autore. V. Contraffazione.

Pirateria informatica. L'insieme delle attività illecite di varia natura perpetrate mediante l'uso improprio di applicazioni, software e reti informatiche. Per i detentori di diritti d'autore la p. è sinonimo di "copia vietata".

Pivello. a) Persona inesperta, novellino, principiante. b) Giovane presuntuoso e vanitoso.

Pixellato. Si dice di un volto reso irriconoscibile dall'ingrandimento dei pixel, i quadratini che formano l'immagine digitalizzata.

Placement. V. Collocamento.

Plotter. Letteralmente "tracciatore". In informatica indica una periferica di output finalizzata a disegnare su supporti di diverso materiale.

Pluriculturalismo. Spesso usato come sinonimo di multiculturalismo, per indicare un atteggiamento concettuale e politico tollerante e positivo nei confronti della coesistenza di diversi gruppi etnici all'interno della medesima società.

Plusvalore /plusvalenza sull'azione. La differenza fra prezzo di acquisto e prezzo di vendita di una azione.

PMI. Piccole e Medie aziende, Imprese indipendenti con un numero ridotto di dipendenti.

Polizza. Scrittura privata fra l'assicuratore e l'assicurato.

Polizza di carico. Ricevuta emessa dalla compagnia di spedizioni che attesta che la merce è stata caricata su una determinata nave in base a un contratto di spedizione o di trasporto.

Pool. Un certo numero di aziende che partecipa alla stessa azione, ad es. *un pool di sponsor*.

Pop server. La parte del *mail server* che riceve i mes-

saggi.

Pop up. Forma pubblicitaria presente sul web.

Porta a porta. V. Vendita porta a porta.

Portafoglio o portfoglio. a) "portfoglio clienti": L'insieme dei nominativi di clienti di una azienda, es. *la Intersport ha un portafoglio di 20 milioni di clienti nel mondo*. b) "Portfoglio": Pubblicazione atta a presentare una nuova campagna o un nuovo prodotto a un target qualificato (venditori o rivenditori, intermediari commerciali).

Portale. Sito che si propone come punto di accesso di facile uso a Internet.

Porto assegnato. Pagamento a carico di chi riceve.

Porto franco. Pagamento a carico di chi spedisce.

Posizionamento del prodotto. a) L'attività di marketing più diffusa, che tende a creare un'immagine valida e competitiva per una marca nella mente del consumatore e a guidare il comportamento di acquisto. b) Lo spazio e la posizione che il rivenditore assegna al prodotto di una data marca, rispetto alle marche concorrenti, ad es. per valorizzarlo.

Posta-spazzatura (junk mail). Posta cartacea non richiesta. V. Marketing diretto.

Posta-spazzatura elettronica (spam /spamming). Posta elettronica non richiesta. V. Marketing diretto.

Potere di acquisto. Quantità di beni e servizi che il lavoratore può acquistare con una determinata moneta.

PR. Professionista esperto/a di pubbliche relazioni sia all'interno dell'azienda (*faccio il PR alla Motta*), oppure all'esterno (*lavoro per un'agenzia di PR*). V. Pubbliche relazioni.

Praticante. Chi sta imparando il mestiere.

Precariato. Condizione vissuta da quei lavoratori che vivono involontariamente in una situazione lavorativa di insicurezza. È caratterizzato sia da mancanza di continuità del rapporto di lavoro e di certezza rispetto al futuro, sia da mancanza di un reddito adeguato che permetta di pianificare la propria vita presente e futura. Il termine fa anche riferimento al lavoro nero (v.), ai contratti flessibili (v.). Il p. è caratterizzato dall'espansione delle forme contrattuali atipiche (v. Contratti di lavoro atipici). Il p. si manifesta nei contratti che contengono una varietà di fattori discriminanti, quali la durata dell'impiego, il compenso, la copertura assicurativa, la presenza o meno dei meccanismi di anzianità, il TFR (v.) e il trattamento previdenziale (v. INPS). In altre parole, il p. è principalmente un segno di involuzione del mercato del lavoro, che si esprime attraverso la "compressione" dei diritti del lavoratore e la "limitazione" e talvolta anche la "violazione" dei diritti di associazione sindacale. Dal punto di vista sociale, il p. abbassa la qualità della vita limitando fortemente la progettualità personale e sociale del lavoratore.

Precarietà. Caratteristica di un lavoro incerto, provvisorio, privo di garanzie per il futuro. V. Precariato.

Pregiato. Che è tenuto in considerazione, che ha un valore (es. *valuta pregiata, uva pregiata*).

Pregiudizio. Concetto riferito a tutte quelle credenze, opinioni ed atteggiamenti che sono caratterizzati e derivano da una generale inflessibilità, da dogmatismo o mentalità ristretta e che possono essere appresi, assimilati o acquisiti, nei confronti di un altro gruppo o di un individuo, di norma, prima di incontrare tali gruppi o individui.

Prenotare. a) Fissare in precedenza. b) Mettersi in lista per ottenere qualcosa prima di un altro.

Prestare servizio. Lavorare.

Prestatore d'opera. Lavoratore subordinato /autonomo /parasubordinato /della libera professione.

Prestazione occasionale (d'opera). Questo tipo di prestazione parasubordinata si definisce "occasionale", poiché viene svolta dal lavoratore una volta

sola, nel senso che il committente non utilizzerà lo stesso lavoratore per prestazione analoghe. Il lavoratore si impegna a fornire al committente (v.) un'opera o un servizio che producono un reddito, senza alcun vincolo di subordinazione e in totale autonomia organizzativa e operativa, utilizzando mezzi e attrezzature proprie. L'unicità della prestazione non implica necessariamente che essa non possa essere prolungata nel tempo. V. Contratto di collaborazione. **Prestito d'onore.** Contributo statale concesso in base alla Legge 608/1996 allo scopo di incentivare nuove iniziative imprenditoriali. Questo tipo di prestito non necessita di garanzie personali. Richiede la presentazione di un'idea imprenditoriale valida e il possesso di alcuni requisiti (maggiore età, stato di disoccupazione da almeno 6 mesi, residenza dal 1° gennaio 2000 nei territori di applicazione della normativa).

Prestito etico. Concessione di somme di denaro a persone che non sono in grado di offrire garanzie di copertura.

Prevenire. Impedire che qualcosa avvenga, provvedendo adeguatamente in anticipo. Nella sicurezza sul lavoro, ridurre i rischi lavorativi, proteggersi.

Prevenzione. In diritto del lavoro, l'insieme di regole che i datori di lavoro devono osservare, dirette a impedire il verificarsi di incidenti e infortuni sul luogo di lavoro.

Previdenza sociale. Insieme di istituti giuridici che tendono a riparare o prevenire i danni economici e fisici che possono colpire i lavoratori.

Prezzare. Mettere il segnaprezzo o cartellino o etichetta che indica il prezzo.

Prezzario o listino. a) Catalogo (v.) delle merci in vendita con i loro prezzi. b) Documento che riporta solo i prezzi dei beni venduti da una impresa.

Prezzo (Price). Una delle "4P" del marketing-mix (v.). Costo, valore di mercato di un bene.

Prezzo al barile. Il prezzo del petrolio è espresso secondo l'unità di misura del barile. Un barile corrisponde a 42 galloni USA cioè a 158,98 litri.

Prezzo civetta o prezzo predatore (loss leader). Di prodotto messo in vendita a prezzi ridottissimi, anche in perdita (sottocosto), per attirare i consumatori in quel punto vendita.

Prezzo di mercato. Il prezzo corrente.

Prezzo fisso. Costante e invariabile (es.: *menù a prezzo fisso*).

Prezzo fuori mercato. Sproporzionato rispetto al mercato, cioè non allineato con i prezzi di prodotti simili a quello a cui è assegnato, presenti all'interno dello stesso mercato.

Prezzo gonfiato. Reso artificialmente alto.

Prezzo in saldo. V. Saldi.

Prezzo stracciato. Molto conveniente.

Price comparison sites. V. Siti di comparazione prezzi.

Pricing. V. Formazione del prezzo.

Primo prezzo. Il prezzo più basso esistente per un determinato prodotto nell'assortimento. È generalmente sinonimo di prodotti non di marca.

Privacy. Vita privata e personale, riservatezza.

Private banking. V. Banche di investimento.

Privativa. Disposizione che assegna dei privilegi a determinati produttori o artefici in cambio della loro opera.

Problem setting. Nell'ambito del problem solving (v.), la capacità di percepire il ventaglio dei nodi critici collegati a un compito specifico oppure a un processo produttivo in genere.

Problem solving. V. Risoluzione dei problemi.

Processo. Il numero dei processi che si realizzano nel mondo del lavoro è praticamente infinito e molto elevato anche all'interno di una singola impresa. Il p. è

l'oggetto in cui si esercita l'attività lavorativa. Per p. si intende una conversione di input in output realizzata attraverso la combinazione di lavoro da svolgere, relazioni da attivare e tecnologia da utilizzare.

Processo formativo. Nella formazione lavoro, percorso composto da una sequenza di tappe. Le fasi del p. f. sono: l'analisi dei bisogni, la progettazione dell'intervento, l'attuazione dell'intervento, e la valutazione dei risultati, che ha come risultato finale l'acquisizione di competenze spendibili (v. Spendibilità) in ambito lavorativo.

Processo produttivo. Insieme delle operazioni che compongono il ciclo produttivo che porta alla realizzazione di un prodotto e/o di un servizio.

Prodotto (Product). Una delle "4P" del marketing-mix (v.). a) Il risultato finale della produzione. b) Merce, articolo, manufatto. c) Il risultato del processo di produzione. d) Tutto ciò che la Terra produce, o che deriva da un'attività produttiva umana.

Prodotto allargato. Il prodotto in cui converge di una grande scelta di servizi e di benefici da mettere a disposizione dei consumatori. In pratica è una definizione di prodotto che include tutti gli elementi che permettono di fornire i benefici anche psicologici che il prodotto è in grado di offrire (Tamma M.); ad es., nel caso del prodotto turistico, elementi quali accessibilità, atmosfera, interazione fra il cliente e l'impresa, partecipazione del cliente, interazione fra clienti.

Prodotto ampliato (augmented product). Parti di un prodotto rappresentate da un fascio di servizi e benefici aggiuntivi per il consumatore, quali la consegna gratuita, l'installazione, la garanzia ecc., es. *l'installazione gratuita di un mobile acquistato*.

Prodotto artigianale. Risultato del lavoro artigiano. V. Artigiano, Artigianato, Imprenditoria artigiana.

Prodotto atteso (expected product). Parti di un prodotto che non possono essere considerate essenziali ma che si combinano per dare al consumatore dei benefici, es. la qualità, le caratteristiche tecniche, la marca e il design, es. *una scarpa con la suola che fa "respirare" il piede*.

Prodotto di lusso e/o di nicchia. Rivolto a un target ristretto di consumatori. V. Nicchia.

Prodotto DOC. A denominazione di origine controllata.

Prodotto DOP. A denominazione di origine protetta.

Prodotto essenziale (core product). Prodotto o servizio acquistato dai consumatori per soddisfare le loro necessità, es. un motorino.

Prodotto falso. V. Contraffazione, Pirateria, Tarocco, Taroccare.

Prodotto finale. Il prodotto come si presenta alla fine della sua fase di produzione, se è un bene (ad es. *una forma di pane*) o della sua concezione se è un servizio (ad es. *un viaggio turistico*).

Prodotto grezzo o non lavorato. Il prodotto prima di essere lavorato, ad es. *grano* (p. grezzo) > *farina* (p. semilavorato) > *pane* (p. finito).

Prodotto Interno Lordo (PIL). Valore monetario dell'insieme di beni e servizi prodotti in un anno in un dato paese. È il principale parametro di ricchezza di uno Stato. In Italia il PIL viene calcolato dall'ISTAT (v.).

Prodotto potenziale (potential product). A livello di concetto teorico, rappresenta il massimo di ciò che un prodotto può offrire ai consumatori, anche in termini dei loro bisogni non percepiti, es. un nuovo sistema super-affidabile di recupero dati.

Prodotto premium price. Prodotto che, per il suo superiore livello qualitativo o, per i valori simbolici che suscita, permette di praticare un prezzo di vendita superiore a quelli dei concorrenti.

Prodotto semilavorato. Quello in una fase intermedia di lavorazione. Ad es. *la farina*, rispetto al *grano*

e al pane. V. Prodotto grezzo.

Prodotto tracciabile. Prodotto per il quale è possibile ricostruire il percorso di filiera. V. Filiera produttiva.

Product management. Tecnica di gestione che permette di organizzare e controllare meglio la realizzazione di progetti complessi. Risponde al bisogno di affrontare con successo le sfide imposte dai continui cambiamenti dei mercati e consente di valorizzare le opportunità di sviluppo dell'azienda.

Product manager. Professionista specializzato nel product management, responsabile di uno o più prodotti o di una linea di prodotti, di cui cura le strategie di marketing, il coordinamento del personale e delle risorse disponibili.

Product search sites. V. Siti di comparazione prezzi.

Produttività. Rapporto fra i fattori di produzione e il prodotto ottenuto; indica il grado di efficienza dei fattori utilizzati in un processo produttivo.

Produttore. L'ente /l'azienda /la persona che mette un prodotto sul mercato, ad es.: *il Brasile è un noto produttore di caffè / la nostra azienda è produttrice di pannelli solari*.

Produzione. a) Creazione di beni e fornitura di servizi attraverso la trasformazione di risorse materiali o immateriali. b) Fabbricazione/confezione, es.: *la fabbricazione di scarpe; la confezione di dolci*. c) Produzione di un prodotto industriale, ad es.: *la produzione della Ferrari è conosciuta in tutto il mondo*. d) Indica le fasi e spesso anche l'insieme delle persone responsabili della realizzazione di un prodotto. V. Sovraproduzione, Sottoproduzione.

Produzione flessibile. Modalità produttiva finalizzata al raggiungimento delle migliori performance in relazione alla capacità di rispondere in maniera efficace ed efficiente alle esigenze della clientela. Si caratterizza per il superamento della logica della produzione "a magazzino", per la realizzazione di prodotti destandardizzati e per la continua propensione per la "qualità totale" dei prodotti stessi.

Professionalità. La capacità che si conquista grazie all'esercizio di una professione. In altre parole, il risultato di una combinazione di preparazione generale e specifica, di caratteristiche personali ed esperienze, che si manifesta nella capacità di definire, analizzare e risolvere i problemi in un contesto lavorativo specifico, nel saper comunicare le soluzioni e nell'organizzare in modo coordinato le azioni necessarie. È l'opposto del "dilettantismo" (v.).

Professione. Attività manuale o intellettuale da cui si ricava un guadagno, e che richiede competenze, conoscenze e abilità teoriche e pratiche, es.: *la professione del calzolaio, del rappresentante di commercio*.

Profitto o utile. Nelle operazioni economiche, l'eccezione dei ricavi lordi delle vendite sui costi totali di produzione. V. Conto profitti e perdite.

Progetto di fattibilità. V. Piano d'impresa.

Programma frequent flyer. Una forma di fedeltà (v.). Servizio offerto da molte compagnie aeree per premiare la fedeltà dei propri clienti. Generalmente i viaggiatori iscritti al programma guadagnano tanti punti quante sono le miglia percorse e possono utilizzare i punti accumulati per ottenere voli gratuiti o altri servizi, o godere di benefici addizionali, come l'accesso ad aree (*lounge*) dell'aeroporto loro riservate o la priorità nelle prenotazioni.

Programma operativo. Documento di programmazione che fissa le proposte di intervento e le modalità di attuazione indicate nel QCS (abbreviazioni di Quadro Comunitario di Sostegno).

Proiettore elettronico. Un proiettore che permette di visionare su uno schermo i file contenuti in un computer.

Promoter. Persona che agisce all'interno del punto

vendita e che induce i clienti all'acquisto di un determinato prodotto anche con prove di assaggio, omaggi, offerte particolari.

Promozione (Promotion). a) Una delle "4P" del marketing mix. V. Promozione above the line, Promozione below the line, Promozione through the line. b) L'atto di promuovere un proprio dipendente (avanzamento di carriera).

Promozione above the line (ATL). Tutti i tipi di promozione che avvengono, letteralmente, "al di sopra della linea" dei costi, e che promuovono un marchio, a pagamento, per mezzo dei media, es. messaggi pubblicitari in televisione, alla radio e su quotidiani e riviste, annunci *banner* su Internet, messaggi su telefonia mobile.

Promozione below the line (BTL). Tutte le promozioni di tipo non mediatico, inclusa la pubblicità fatta in canali non mediatici, es. le pubbliche relazioni, l'invio di posta cartacea non richiesta o *direct mail*, tutte le forme di promozioni delle vendite, ecc.

Promozione (delle) vendite o "promozioni" (sales promotions). Insieme di attività di comunicazione che hanno l'intento di promuovere le vendite ricorrendo a budget molto più limitati rispetto a quelli necessari per le attività pubblicitarie realizzate attraverso la tv, la radio o la stampa. Le aziende fanno ricorso alle p. per comunicare con i consumatori dando un incentivo di acquisto a breve termine, espresso in denaro contante o in natura. Sono es. di p. i concorsi a premi, le raccolte punti, le offerte speciali (v.), la distribuzione di campioni gratuiti (v.), la distribuzione di buoni sconto (v.) e le agevolazioni.

Promozione through the line. Una forma mista di *above the line* e *below the line*, dove le due forme di comunicazione coesistono, es. la famosa televendita —comunicazione *above the line*— del mobilificio Aiazzone, durante la quale l'*anchorman* invitava i clienti a visitare gli stabilimenti per verificare di persona le offerte e la qualità dell'arredamento —in tal caso la comunicazione con i clienti sarebbe diventata *below the line*.

Promuovere. a) Fare avanzare un proprio dipendente nella carriera. b) Fare pubblicità a un prodotto.

Propaganda commerciale. Azione che serve a facilitare il processo di acquisto, a migliorare l'immagine di marca (v.) e/o il posizionamento (v.) del prodotto.

Prototipo. Modello che serve per simulare preventivamente le caratteristiche del prodotto finale.

Prova d'acquisto. Talloncino o parte di etichetta della confezione comprovante l'avvenuto acquisto di un determinato prodotto. Molto utilizzata per il confezionamento su tessere e che, al raggiungimento di una certa quantità, solitamente dà diritto a un premio.

Provider. L'azienda che provvede alla connessione a Internet.

Provvedere. Fare ciò che è necessario o utile, es. *abbiamo provveduto alla sostituzione degli articoli sbagliati*.

Psicologia dei consumi. Studia la natura del consumo (v.) visto dalla prospettiva dei processi psicologici, socio-economici e culturali. Affronta le basi psicologiche del comportamento di consumo e dell'influenza sociale; inquadra la comunicazione pubblicitaria studiandone i meccanismi di persuasione e costruzione sociale della conoscenza, i processi psicologici e le tecniche di realizzazione dei messaggi.

Psicologia del lavoro. Studio del comportamento umano nel contesto lavorativo e nello svolgimento delle attività professionali, focalizzato sulle relazioni interpersonali, sui compiti da svolgere e su regole e funzionamento dell'impresa.

Psicomotricità. Campo di studio della teoria e della tecnica della misura in psicologia; include: la misura

della conoscenza, delle abilità, degli atteggiamenti e delle caratteristiche della personalità. La p. studia prevalentemente le differenze esistenti fra le persone.

Pubbliche relazioni (PR). Le PR comportano l'interazione dell'azienda con la stampa (per mezzo di diffusione di comunicati e conferenze stampa), con gli stakeholder (v.) (mediante la pubblicazione del bilancio), o col pubblico in genere (mediante pubblicazioni, sponsorizzazioni ed eventi). L'Ufficio di P.R. di un'azienda ha lo scopo di costruire, rafforzare e salvaguardare l'immagine positiva riferita all'azienda e al prodotto e di organizzare e gestire eventi di vario genere.

Pubblicità (advertising). V. Propaganda commerciale. **Pubblicità a mezzo stampa.** Quella pubblicata su quotidiani e riviste.

Pubblicità above the line, o "sopra la linea". È impersonale rispetto al consumatore e promuove un marchio per mezzo dei media, a pagamento, principalmente affidando il compito alle agenzie pubblicitarie. V. Promozione above the line.

Pubblicità below the line o "sotto la linea". Diffonde informazioni su prodotti o servizi restando al di fuori del dominio dei media. V. Promozione below the line.

Pubblicitario. Professionista che lavora nel settore pubblicità, detto anche creativo (sost.), un esperto che elabora idee e testi pubblicitari.

Pubblicizzare. Fare pubblicità.

Pull. Nel marketing identifica una strategia rivolta ad attirare sempre di più l'acquirente sul punto vendita. La leva principale di tale strategia è la pubblicità.

Puntatore. Strumento a laser utilizzato per indicare a distanza, su uno schermo o cartina o altro supporto audiovisivo murale, dettagli e informazioni rilevanti durante una presentazione orale.

Punti metallici. I punti emessi da una spillatrice.

Punto d'incontro (meeting point). Luogo convenzionale all'interno di aeroporti, stazioni, centri commerciali ecc., dove le persone e i gruppi si danno appuntamento.

Punto vendita. Tradizionalmente è il luogo in cui si effettua la vendita al dettaglio, a prescindere dall'entità delle superfici utilizzate. Oggi però il concetto di p. v. si estende anche al *cash and carry*, luogo in cui si effettua la vendita all'ingrosso.

QCS. Quadro Comunitario di Sostegno. Documento dell'Unione Europea che traccia le linee guida in termini di strategie e di priorità d'azione dei fondi strutturali e altre risorse finanziarie. Tale documento si articola secondo assi prioritari ed è attuato in uno o più programmi operativi.

Quadri (pl.). Chi ricopre cariche di responsabilità o svolge mansioni organizzative in un'azienda o altro ente, es. *l'ingegner Rossi lavora nei quadri della Fiat*.

Qualità. Uno o più elementi che costituiscono un bene (v.) e che ne permettono la valutazione in base a una scala di valori qualitativa.

Quattro "pilastri" del marketing. a) concentrazione e focalizzazione sul mercato (v.); b) orientamento al cliente (v.) (*customer care*); c) manovre coordinate di marketing (scelta del giusto *mix* di canali pubblicitari); d) profitto (v.) (realizzato per mezzo della soddisfazione del cliente).

Quattro P. Sono le cosiddette "4P" del marketing-mix (v.): Prodotto (*Product*), Prezzo (*Price*), Distribuzione (*Place*) e Promozione (*Promotion*).

Quietanzare. Firmare una ricevuta di pagamento, es. *si richiede ricevuta quietanzata*.

Quota di mercato. Percentuale spettante alla singola marca per i propri prodotti in un determinato mercato. La q. si riferisce: all'insieme dei prodotti, a una linea di prodotti o a un singolo prodotto riferito all'insieme del mercato di riferimento; a un segmento

di mercato; a una linea di prodotti in un determinato segmento, ecc. Fissare gli obiettivi di quota di mercato è uno dei problemi strategici delle imprese.

Quotare in Borsa. Assegnare il prezzo a un titolo nel listino di borsa.

Quotare. Assegnare un prezzo a un bene.

Quotazione. a) Valore commerciale assegnato a un bene. b) Q. o corso. Prezzo di un titolo di borsa.

racc. Raccomandata

Raccordo anulare. Circonvallazione in area periferica che collega le strade di grande comunicazione che convergono sull'area urbana.

Range. Scarto, oscillazione, variazione rispetto a un parametro.

Ranking. Graduatoria.

Rapporto o verbale. Documento di tipo ufficiale.

Rapporto qualità-prezzo. Paragone fra la qualità e il prezzo di un prodotto fatto dal cliente per stabilire un rapporto di convenienza e di soddisfazione.

Rappresentante. Chi rappresenta un ente, una azienda, ecc., es. *sono un rappresentante della S.P.A.M.*

Rappresentante dei lavoratori. Il cosiddetto sindacato (v.).

Rappresentante di commercio. Chi effettua operazioni di compravendita in nome e per conto della ditta da cui ha avuto l'incarico.

Rappresentanti delle aziende. Le cosiddette associazioni di categoria (v.).

Rappresentanza. Atto, effetto del rappresentare, es. *la nostra azienda ha la rappresentanza dei prodotti della S.P.A.M.*

Rappresentare. Compiere un'azione giuridica in nome e per conto di altri, es. *la nostra azienda rappresenta la S.P.A.M.*

Rateizzare. Suddividere in rate un pagamento.

Ratificare. Confermare, riconoscere, convalidare.

Razzismo. La discriminazione e lo svantaggio sociale sulla base di elementi quali l'origine nazionale, le differenze linguistiche, il modo di vestire, le abitudini alimentari e la religione.

Recessione. Temporaneo ristagno o rallentamento degli affari e dell'attività economica generale, con effetti meno gravi e profondi di una crisi economica (v.) vera e propria. In fase di r. l'attività produttiva avviene a livelli più bassi di quelli che sarebbero ottenibili normalmente mediante l'uso completo ed efficiente di tutti i fattori produttivi disponibili.

Réclame. Dal francese 'richiamo': pubblicità, propaganda di un prodotto commerciale.

Reclamizzare. Fare *réclame*, pubblicizzare.

Reclamo. Protesta o lamentela espressa per iscritto o a voce a chi di dovere, es. *Con la presente lettera si inoltra reclamo per...; vorrei sporgere reclamo alla vostra azienda perché...*

Recruiter. V. Selettore.

Recruiting. V. Selezione del personale.

Redemption. Il rapporto esistente fra i messaggi pubblicitari inviati dall'azienda e le risposte ricevute dal target dei consumatori. V. Marketing diretto.

Regalo aziendale. Dono o omaggio scambiato con clienti e partner commerciali.

Regime di monopolio. Il tipo di mercato in cui un solo operatore economico concentra su di sé tutta l'offerta, es. *il monopolio di Stato dei tabacchi in Italia*. V. Mercato.

Regista multimediale (*Web Designer, Multimedia Designer, Concept Designer, Content Packager*)

Registro verbale. L'aspetto di un messaggio che è costituito dalle sue parole.

Registro visivo. L'aspetto di un messaggio che è costituito dalle sue immagini.

Regolamenti interni. Regole sui comportamenti quotidiani da tenere in ciascuna azienda.

Regolarità. L'essere regolare, es. *i pagamenti ci sono pervenuti con regolarità*.

Regole contrattuali. Stabilite dalle parti sociali (v.).

Reinserimento lavorativo. Istituto lavorativo concepito per donne già precedentemente occupate che intendano rientrare nel mercato del lavoro dopo almeno due anni di inattività. Conosciuto anche col nome di "*retravailler*" (dal francese "rilavorare").

Relatore principale (*keynote speaker*). Il relatore, fra un insieme di altri relatori, che ha il compito di sviluppare la relazione o presentazione o conferenza principale (*key*) di un convegno, sessione, riunione, tavola rotonda ecc.

Relatore/relatrice. Chi è incaricato di riferire su un determinato argomento dopo una riflessione personale o una discussione di gruppo.

Relax. Riposo, rilassamento.

Relazionare. Presentare una relazione.

Relazionarsi. Mettersi in relazione con gli altri. V. Intelligenza interpersonale, Intelligenza emotiva.

Relazione. Documento scritto o testo orale di tipo informativo.

Relazioni pubbliche o PR. V. Pubbliche relazioni.

Remunerazione. V. Retribuzione.

Rendiconto. Documento che espone i risultati di gestione di una azienda.

Rendimento di un'azione. L'incremento o decremento del suo valore.

Reperto. Sezione o suddivisione di un complesso aziendale, es. *il reparto saldatura, il reparto rifinitura*.

Requisiti professionali. Le competenze necessarie o previste per esercitare ruoli relativi alla figura professionale.

Respingimento alla frontiera. v. Permesso di soggiorno, Foglio di via.

Responsabile del bilancio. Chi si occupa di predisporre, organizzare e presentare il documento ufficiale sull'andamento economico dell'azienda sia all'interno che agli organi esterni preposti al controllo.

Responsabile della contabilità ERP. L'Esperto Responsabile della contabilità ERP è una figura professionale che, utilizzando i sistemi software ERP (*Enterprise Resource Planning*), gestisce le risorse aziendali in modo integrato ed uniforme, dalla contabilità, all'amministrazione, alla produzione.

Responsabile della contabilità generale e industriale. Chi si occupa del coordinamento e della supervisione del lavoro amministrativo-contabile in un'azienda (spesso si identifica col Direttore Amministrativo).

Responsabile della logistica. Chi organizza distribuzione e stoccaggio dei prodotti, coordina il personale del magazzino, gestisce le scorte e i mezzi di trasporto delle merci.

Responsabile della tesoreria o Cash Manager o Responsabile della liquidità aziendale. Chi si occupa di ogni aspetto legato ai flussi di capitale in entrata e in uscita, e del fabbisogno di capitali in cassa.

Responsabile delle /Addetto alle Pubbliche relazioni. Chi esercita la professione del PR (v.).

Responsabile delle Analisi di mercato (*Marketing analyst*). Chi cura le analisi di mercato.

Responsabile paghe e contributi. Figura professionale che si occupa di ogni aspetto legale, fiscale, contributivo e sindacale, legato alle retribuzioni del personale.

Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI). Dall'ingl. *Corporate Social Responsibility (CSR)*, indica l'intento dell'impresa di soddisfare in modo sempre migliore le legittime aspettative economiche, ambientali e sociali dei suoi gruppi di interesse interni ed esterni (gli *stakeholder*), attraverso lo svolgimento delle proprie attività.

Retail. V. Vendita al dettaglio, Dettaglio.

Rete (network). V. Networking.

Retribuzione o remunerazione. Il corrispettivo per il lavoro che si svolge. V. Salario, Stipendio, Compenso.

Revisore di bilancio. Chi studia i bilanci delle aziende e, con un relazione finale, ne "certifica" l'attendibilità, a garanzia della solidità economica dell'impresa stessa.

Rialzo. v. Rincaro.

Ribasso. Calo, caduta, crollo (abbassamento) dei prezzi.

ric. Ricevuta.

Ricerca operativa. Disciplina che studia l'ottimizzazione delle risorse e dei processi produttivi.

Ricerca/analisi di mercato. Ricerca sulle possibilità di vendere una determinata merce.

Ricettazione. Reato di chi acquista o nasconde denaro o beni di provenienza illecita, e/o ne facilita l'acquisto o l'occultamento, a fini di profitto.

Richiesta di impiego/di lavoro. Richiesta di lavoro che un candidato rivolge a uno o più datori.

Riciclaggio. Operazione ed effetto del riciclare; operazione che permette il riutilizzo di un prodotto, es. *il riciclaggio della plastica, del vetro, ecc.*

Riciclare l'imballaggio. Uno dei doveri del cittadino che promuove la vita sostenibile sul nostro pianeta.

Ricongiungimento familiare. La riunificazione dei membri di una famiglia che, per un motivo o per l'altro, sono stati separati. Il termine viene spesso usato da sociologi e assistenti sociali, in riferimento a famiglie che si sono divise in seguito a divorzio, ad abbandono, a episodi di violenza, o all'arresto di un componente della famiglia. Nell'ambito della migrazione, il ricongiungimento familiare pone rimedio alla separazione involontaria o indesiderata dei membri di una famiglia.

Rif. Riferimento

Rifugiato. Una persona costretta ad abbandonare o a fuggire dal paese d'origine perché la sua vita o la sua libertà sono seriamente minacciate da catastrofi naturali, guerre o occupazioni militari, oppure perché teme persecuzioni religiose, razziali o politiche.

Rilevazioni statistiche. Raccolta di dati individuali riferiti a un fenomeno collettivo per dedurre delle statistiche.

Rimborso spese. Restituzione delle spese sostenute. Può trattarsi di spese documentate (comprovate dalle relative ricevute) o /non documentate (senza ricevute).

Rimessa. Invio di denaro o di merce, es. *Vi ringraziamo della vostra cortese rimessa di \$ 1.000...*

Rimettere. Nella corrispondenza commerciale, inviare, mandare, specialmente denaro o valori, es. *Vi rimettiamo assegno di Euro 1.000.*

Rincaro o rialzo. Aumento dei prezzi.

Rinnovo del contratto di lavoro. V. Contratto di lavoro.

Rifqualificazione. Formazione finalizzata all'aggiornamento e/o all'accrescimento delle competenze professionali dei lavoratori.

Rischio professionale. Possibilità di conseguenze dannose derivanti da situazioni non sempre prevedibili.

Riscontro. a) Risposta. b) Lettera di risposta.

Riservatezza. Condizione di chi è riservato, discrezione, es. *si prega di trattare i dati con la massima riservatezza*.

Riservato. a) Discreto, prudente; b) confidenziale; c) prenotato.

Risk manager. Un cosiddetto "professionista del rischio" che previene e gestisce ogni tipo di rischio, le cui ripercussioni possono ricadere sui bilanci dell'azienda, es. *analisi degli scenari possibili, valutazioni dei rischi per la sicurezza, analisi delle minacce* ecc. Si occupa anche della gestione dei cosiddetti "rischi



puri", legati all'intera attività dell'impresa considerata.

Risoluzione dei problemi (*problem solving*). L'insieme dei processi finalizzati all'analisi, gestione e soluzione positiva dei problemi. In altre parole, la capacità di risolvere i problemi attraverso l'insieme delle tecniche che fanno uso di creatività, intuito e logica per individuare le diverse alternative disponibili per risolvere un problema, effettuare una valutazione delle soluzioni individuate e assegnare loro delle priorità.

Risorse immateriali. Capacità, conoscenze, brevetti, il valore aggiunto della marca, ricerche o campagne destinate a produrre un ritorno di immagine ecc.

Risorse materiali. Impianti e macchinari, edifici, capannoni ecc.

Risorse primarie. Materiali grezzi, beni generici. es. *il grano*.

Risorse umane. L'insieme dei lavoratori di un'azienda, specialmente il personale dipendente. Questo concetto in economia corrisponde a quello di "capitale umano" e si riferisce alle persone che costituiscono un'organizzazione, considerate nei seguenti aspetti: insieme delle capacità, conoscenze e competenze possedute per le attività che svolgono o che potrebbero svolgere potenzialmente; caratteristiche oggettive (età, titolo di studio ecc.); comportamenti organizzativi (*assenteismo* (v.), stato delle relazioni interpersonali e *turn over* (v.)); aspettative.

Risparmio. Differenza fra il reddito netto prodotto e l'ammontare dei consumi in un determinato periodo.

Ristorazione. Settore commerciale che comprende l'insieme delle attività, anche su scala industriale, legate rispettivamente alla produzione (*banqueting*) e distribuzione (v. *Catering*) di pasti pronti per la clientela. Diversi tipi di imprese fanno parte di questo settore: ristoranti, mense (delle scuole e degli ospedali), ditte specializzate.

Risultati. Nella ricerca di lavoro, gli obiettivi che un ruolo lavorativo deve conseguire.

Ritardo. L'effetto del ritardare, es. *l'invio potrà subire un ritardo causa sciopero dei trasportatori*.

Ritenuta. Detrazione di un importo che si paga, es. *la ritenuta di legge del 20% sul compenso*.

Ritorno sull'investimento (R.O.I.). Nel sistema franchising esso indica la redditività del capitale investito dal *franchisee*. Si calcola sottraendo al risultato operativo il totale degli investimenti.

Riunione o incontro o meeting. Atto o effetto del riunire.

Riveduto. Con correzione, es. *vogliate inviarci la fattura riveduta*.

Rottura di stock. Scorte insufficienti per far fronte alla media delle vendite ad es. giornalieri.

Routine. Abitudine.

Royalty. Una percentuale commisurata al giro di affari o in quota fissa, che il *franchisee* o affiliato deve versare periodicamente al *franchisor* o affiliante per i servizi resi, fra i quali i diritti all'insegna e lo sfruttamento di un marchio, brevetto, ecc.

RSI. V. Responsabilità Sociale d'Impresa.

RSVP. Pregasi rispondere.

Ruolo lavorativo. È l'insieme delle attività e delle funzioni effettivamente svolte nell'ambito di una posizione lavorativa.

Ruolo professionale. I compiti e le responsabilità attribuite a un lavoratore nel suo contesto di lavoro. Le attività svolte sono prese in considerazione in relazione ai risultati da conseguire, alle interazioni che si stabiliscono con altri ruoli e alle aspettative che sul ruolo si terminano.

S.A. Società Anonima

S.a. Società in accomandita.

S.a.s. Società in accomandita semplice.

s.b.f. Salvo buon fine

S.n.c. Società in nome collettivo

S.p.A. V. Società per azioni.

S.r.l. Società a responsabilità limitata.

S/S. Suo

Salario. Retribuzione del lavoro subordinato degli operai.

Salario reale. Valutato in termini di potere d'acquisto della moneta.

Saldi. Una forma di *promozione vendite* (v.).

Saldo migratorio. La differenza all'interno di uno stesso Paese, fra ingressi ed espatri.

Sales test. Tecnica consistente nel lanciare un prodotto anziché su tutto il territorio solo su una parte di esso. Il test permette eventuali correzioni di rotta per il lancio globale.

Salone del lavoro (*job convention*). Struttura di reclutamento esterna all'azienda.

Sanatoria. Regularizzazione degli stranieri irregolarmente presenti nel Paese ospite. In altre parole, la legittimazione di una situazione irregolare, in base alla quale le autorità rinunciano a perseguire i responsabili di infrazioni amministrative e di legge. Nel caso dell'immigrazione, la sanatoria viene usata per consentire agli stranieri entrati e irregolarmente soggiornanti in un paese di legalizzare la loro presenza. V. *Clandestino*.

Saperi parascolastici. Conoscenze acquisite fuori dall'ambito della scuola. V. *Esperienze sul campo*.

Saperi scolastici. Conoscenze acquisite a scuola.

Satellitare. È la TV che utilizza i satelliti (anziché i tradizioni ripetitori televisivi) per trasmettere il segnale, analogico o digitale, il segnale (quello digitale è destinato a soppiantare totalmente l'analogico) viene captato da una parabola collegata al televisore dell'utente e poi decodificato. Via satellite vengono diffusi programmi di libera visione o a pagamento (in questo caso è necessario un apparecchio con cui l'utente decifra il segnale).

Sballare. Togliere l'imballaggio o imballo.

Scadenza del prodotto. Termine di tempo entro il quale un prodotto deve essere consumato, es. *da consumarsi entro il 15-12-20...*

Sciopero. Astensione volontaria dal lavoro. Strumento di lotta mediante astensione collettiva dal lavoro messa in atto dai lavoratori per realizzare determinati fini sindacali.

Sconto. Rimborso di denaro contante su presentazione della prova di acquisto. V. *Offerta* (speciale).

Scontrino. Piccolo biglietto di riscontro che serve a comprovare un pagamento.

Seconda generazione. Figli degli immigranti di prima generazione.

Security Manager. Esperto in sicurezza informatica.

Sede (centrale). Il quartier generale di una organizzazione, sede dei suoi uffici principali e della direzione generale.

Sedi congressuali. I vari tipi di luoghi e edifici in cui si svolgono i congressi, es. palazzi e centri congressi, catene alberghiere, dimore storiche, centri termali, parchi.

seg./segg. Seguento / seguenti

Segnaletica stradale. Insieme di segnali costituiti da cartelli di divieto, di pericolo, strisce, frecce ecc. concepiti per regolare e rendere sicuro il traffico.

Segnatura dell'imballaggio (*package labelling* (GB) o *labeling* (US)) rappresenta qualunque comunicazione in forma scritta, elettronica o grafica che compaia sull'imballaggio o su di una etichetta separata ma ad esso associata.

Selettore o selezionatore. Chi legge il curriculum vitae del candidato e conduce il *colloquio selettivo* (v.)

Selezione del personale. La funzione aziendale che

si occupa del reperimento, della selezione e dell'inserimento in azienda dei nuovi dipendenti.

Self-service. V. *Servizio libero*.

Sell in. Le operazioni di vendita che l'azienda *franchisor* o affiliante mette in atto per fornire i prodotti ai propri *franchisee* o affiliati; indica la merce che entra nei punti vendita.

Sell out. Le operazioni di vendita dei prodotti ai consumatori finali da parte dei *franchisee* o affiliati; indica l'uscita della merce dai punti vendita.

Seminario. Riunione di studio rivolta a gruppi di *formandi* (v.) e condotta da un docente o relatore o formatore.

Semiologia. Disciplina che studia i segni. Particolarmente illuminante quando è applicata allo studio dei rapporti fra immagini e parole presenti nel messaggio pubblicitario, per comprenderne il significato e i meccanismi di persuasione occulta.

Senior. Persona che ha già esperienza lavorativa.

Server. Il *server* è un computer che, attraverso una rete (*web*), fornisce servizi e risorse di rete ad altri computer (detti "clienti"). Un sito Internet risiede di solito su un *server* unico a cui i computer connessi in rete possono collegarsi.

Servizi di accoglienza. Possono essere individuali oppure di gruppo, ad es. nel caso del turismo, l'assistenza di una persona che faciliti l'impatto con una nuova località, il trasferimento da e verso il luogo di fruizione della vacanza, ecc. I servizi individuali sono costosi per il cliente, mentre nel caso dei gruppi sono economicamente più convenienti grazie al numero delle persone e alla possibilità di ottenere agevolazioni.

Servizi di interpretariato congressuale. V. *Traduzione simultanea*, *Traduzione consecutiva*, *Chuchutage*.

Servizi logistici. V. *Logistica*.

Servizio al cliente (*customer service*). Attività di vario genere finalizzate sia a soddisfare in modo rapido ed esauriente le diverse esigenze di chi contatta il servizio (es. *richieste informative*, *gestione di pratiche*, *supporto specialistico*, *servizi di prenotazione*, *soluzione di problematiche in corso*, *assistenza post vendita* ecc.) riferite ai vari canali di comunicazione fra il cliente e l'azienda, sia a monitorare costantemente la qualità del servizio.

Servizio incoming. Il lavoro degli accompagnatori turistici rivolto a chi proviene dall'estero. V. *Servizio outgoing*.

Servizio libero (*self-service*). Modalità di acquisto in cui il consumatore si serve da solo delle merci esposte, col minimo ricorso all'attività dei commessi.

Servizio outgoing. Il lavoro degli accompagnatori turistici al seguito dei clienti in visita a un paese straniero. V. *Servizio incoming*.

Servizio. a) L'equivalente non materiale della merce. b) Gli effetti economicamente utili di beni materiali o di attività umane, di cui beneficiano altri beni o gli esseri umani.

Sessione. Seduta o serie di sedute collegiali, che fanno parte di un'assemblea, di un consiglio, di un convegno ecc. Si possono avere sessioni simultanee oppure separate, aperte oppure a numero chiuso.

Settore primario. Raggruppa tutte le attività che riguardano le colture tradizionali e biologiche, l'allevamento, l'irrigazione e sistemazione del suolo, gli interventi fitosanitari e zoonosanitari, la caccia, la pesca e l'attività estrattiva.

Settore quaternario. Costituisce una sorta di scorporo di servizi dal *settore terziario avanzato* (v.), che in seguito alla crescita della domanda e dell'offerta che si realizza nella nostra società dei servizi, vanno a costituire un settore a parte, il cosiddetto "quaternario" (neologismo). Ne sono es. i servizi di consu-

lenza e di elaborazione dell'informazione.

Settore secondario. Prevede le attività industriali, quali: la produzione di energia e la lavorazione dei derivati del petrolio e del carbone, delle fibre chimiche, della carta, della gomma e del legno; l'industria di base e manifatturiera, che include la lavorazione delle materie prime, e la produzione alimentare, chimica, tessile, elettronica, meccanica, metallurgica, dei mezzi di trasporto e farmaceutica. Inoltre include la distribuzione di risorse naturali quali acqua e gas, e l'edilizia e l'artigianato (v.).

Settore terziario. Produce o fornisce "servizi". Comprende cioè tutte quelle attività (trasporti e comunicazioni, servizi commerciali; turismo, gastronomia, accoglienza, servizi bancari ecc.) considerati complementari e di supporto alle attività dei settori primario e secondario. Il s. t. si suddivide in "tradizionale", che comprende servizi consueti in ogni epoca, e "avanzato", tipico degli sviluppi degli ultimi decenni. V. [Settore terziario avanzato](#).

Settore terziario avanzato. Provvede alla fornitura di macchinari e beni, allo sviluppo dell'informatica, alla ricerca, a tutte le forme di consulenza (legale, educativa, fiscale ecc.), alla formazione e al marketing.

Settori economici o produttivi. Il termine "settore" in economia indica ciascuna possibile modalità di aggregazione di attività economiche diverse, in base alle loro caratteristiche comuni, es. il settore commercio, tessile, metalmeccanico ecc. I s. e. comprendono tre settori. V. [Settore primario](#), [Settore secondario](#), [Settore terziario](#).

SFOP. Strumento Finanziario di Orientamento alla Pesca. Fondo comunitario finalizzato a sostenere le azioni strutturali nel settore pesca (quali il rinnovo delle navi da pesca, l'ammodernamento dei porti da pesca ecc.), dell'acquacoltura e della trasformazione e commercializzazione dei loro prodotti.

Sfuso. Detto di merce venduta sciolta, non confezionata.

Share. Percentuale di telespettatori – fra quelli sintonizzati – che assistono a un determinato programma in un determinato momento. Lo share viene rilevato dall'[Auditel](#) (v.).

Shopping mall. V. [Parco commerciale](#).

Show room. Luoghi dedicati alla esposizione delle collezioni. Spesso si trovano all'interno o nei pressi dell'azienda, talvolta sono sparsi nel territorio. Negli s. r. vengono visionate dai clienti le collezioni di moda e si raccolgono gli ordini. Si tratta di una esposizione del campionario necessaria a gestire la produzione. Gli s. r. si differenziano dai normali negozi per due motivi: a) perché il loro prodotto è esclusivo e di solito è selezionato fra le ultime produzioni; b) perché la clientela alla quale si rivolgono è solitamente alta.

SICAV. Società di Investimento a Capitale Variabile. Una società per azioni a capitale variabile che ha per oggetto l'investimento collettivo del risparmio raccolto attraverso l'offerta al pubblico delle proprie azioni.

SICET. Sindacato Inquilini Casa e Territorio, è un'organizzazione sindacale nata negli anni '70, molto vicina alla CISL ed alle ACLI, per la difesa e l'affermazione al diritto alla casa e all'abitare.

Sicurezza sul lavoro. Nel settore del lavoro, l'insieme di norme (e il loro effetto) atte a garantire la sicurezza dei lavoratori. Secondo le leggi della Unione Europea il datore di lavoro deve impegnarsi per rendere "sicura" l'attività dei suoi lavoratori. La più recente norma italiana in materia di sicurezza sul lavoro è il Decreto Legislativo 81/2008

SIL (Sistema Informativo del Lavoro). Banca dati contenente domande e offerte di lavoro, gestita dal Ministero del Lavoro. Ad essa si collegano i Centri per l'impiego, le imprese di mediazione e quelle di lavoro interinale.

SIM (Società di Intermediazione mobiliare). Una impresa che ha titolo legale per svolgere attività di intermediazione con la Borsa valori e ha come clienti i privati cittadini coadiuvati da un promotore, e/o altre banche.

SINALCO Federazione vigili del fuoco. Lavoratori del Corpo dei Vigili del Fuoco.

SINCERT (Sistema Nazionale per l'Accreditamento degli Organismi di Certificazione). Ente che stabilisce i modi di valutazione degli organismi autorizzati alla certificazione di qualità.

Sindacalista. Chi svolge attività sindacale per un sindacato.

Sindacalizzato. Riferito al lavoratore, la qualità di chi fa parte di un sindacato.

SindaCARE. Servizio di assistenza e consulenza che la CISL e le federazioni sindacali di categorie offrono a tutti i lavoratori nel caso in cui sorgano problemi nel rapporto di lavoro. In particolare, SindaCARE fornisce consulenza su leggi e contratti che regolano il rapporto di lavoro, accompagnando e indirizzando chi non ha una conoscenza precisa della propria posizione lavorativa e dei propri diritti.

Sindacato. Associazione dei lavoratori, organismo che raccoglie i rappresentanti delle categorie produttive. Esistono sia il sindacato dei lavoratori, sia le associazioni di categoria degli imprenditori. V. [Associazioni di categoria](#).

Sistemi cooperativi. Strutture per la vendita al dettaglio, normalmente incluse nella [GD](#) (v.).

Sistemi informativi. Disciplina che studia l'interdipendenza di insiemi di informazioni. In ambito applicativo si riferisce allo studio dei processi di organizzazione e archiviazione di dati (*database processing*).

Siti di comparazione prezzi. (*Price comparison sites* o *Product search sites*). Hanno una funzione simile a quella dei motori di ricerca e permettono di ricercare in un unico sito i prodotti in vendita presso vari negozi online. Danno dati utili per lo shopping online, anche mediante la comparazione del prezzo di vendita dello stesso oggetto presso negozi online diversi.

Siti di ricerca prodotti (*Product search sites*). V. [Siti di comparazione prezzi](#).

Slim e/o frontalino. Cartellino apposto frontalmente sullo scaffale espositivo delle merci, che riporta le indicazioni tecniche del prodotto (prezzo di vendita, codice del fornitore, codice a barre, data dell'ultima variazione di prezzo, ecc.).

Slogan. Breve frase pubblicitaria che esprime un concetto chiave sul prodotto in modo sintetico ed efficace.

SLP Federazione dei lavoratori delle poste. Dipendenti dell'azienda Poste S.p.A. e di Società di appalto postale.

Smart. V. [Intelligente](#).

Smt server. La parte del mail server che spedisce i messaggi.

Società. Il contratto con il quale due o più persone ("soci") conferiscono beni o servizi per l'esercizio in comune di un'attività economica allo scopo di dividerne gli utili; in concreto, l'ente, l'impresa, l'azienda che ne deriva: es. società casearia, mineraria, di trasporti ecc.

Società dei consumi. V. [Consumismo](#).

Società di engineering. Organizzazione di professionisti, quali geologi, ingegneri, architetti, informatici, ecc., che si occupano di varie problematiche della pianificazione territoriale e ambientale.

Società di gestione di fondi.

Società per azioni (S.p.A.). Società le cui quote sociali sono costituite da azioni.

Socio di maggioranza. Chi detiene la maggioranza

delle azioni di una società.

Soddisfazione del cliente (*customer satisfaction*). Obiettivo di strategia aziendale imposto dall'evoluzione quantitativa degli scenari della [concorrenza](#) (v.) fin dai primi anni '90; è un orientamento che tende a favorire il più possibile la vicinanza psicologica col cliente.

Sofisticare. Alterare la genuinità, es.: *un vino sofisticato*.

Software. Programma per computer. Generalmente un programma composto da istruzioni di alto livello (più comprensibili al programmatore), algoritmi (sequenze di istruzioni) e dati. Se il s. viene utilizzato direttamente dagli utenti, si parla di "applicazione". Se invece il s. viene utilizzato dal sistema operativo, si indica con il termine "software di sistema".

Sollecitare. Chiedere con insistenza per ottenere qualcosa. V. [Sollecito](#).

Sollecito. a) (agg.). Veloce, es. *vogliate procedere a un invio sollecito*. b) (sost.). Sollecitazione, atto del sollecitare, es. *"Mandi un sollecito di pagamento alla ditta SMAP"*.

Solvibile. Che è in grado di rispettare le obbligazioni assunte.

Solvibilità. Condizione di chi è [solvibile](#) (v.).

Sommelier. Professionista esperto di vini, presente nei ristoranti di alto livello.

Sottoccupato. V. [Lavoratore sottoccupato](#).

Sottomarca. Linea o prodotto di immagine e contenuti inferiori rispetto alla marca principale dell'azienda avente il compito di compiere azioni di disturbo sul prezzo o di permettere all'azienda di entrare in segmenti più bassi di mercato senza intaccare il prestigio della propria immagine di marca.

Sottoprezzo. Somma pagata in meno.

Sottoprodotto. Un prodotto secondario che si ottiene dalla lavorazione di un altro prodotto.

Sottoproduzione. Offerta insufficiente rispetto alla domanda.

Sovraprezzo. Somma pagata in più.

Sovraproduzione. Eccesso di offerta rispetto alla domanda.

Space allocation. Attribuzione dello spazio negli scaffali ai vari prodotti.

Spaid. Acronimo di "Sottosistema per l'assunzione delle impronte digitali", che rileva l'impronta da scanner e la trasmette direttamente al centro di controllo che effettua l'identificazione.

Spam/spamming. V. [Posta-spazzatura](#), [Marketing diretto](#).

Speaker. La persona che parla, in particolare nei media radio-televisivi.

Speculatore commerciale. Interessato al bene materiale in sé. V. [Speculatore finanziario](#).

Speculatore finanziario. Non interessato al bene materiale in sé ma al profitto. V. [Speculatore Commerciale](#).

Speculazione. Operazione finanziaria o commerciale che si prefigge di raggiungere velocemente un alto utile mediante la previsione dell'andamento del [mercato](#) (v.).

Spedizionario (*Freight Forwarder*). Chi organizza il trasporto internazionale delle merci per conto di un esportatore o di un importatore.

Spendibilità. La caratteristica di ciò che è spendibile, che si può spendere, utilizzare. Es. *la s. di un curriculum vitae sul mercato del lavoro; la s. di una determinata professione*.

Sperperare. Fare spese eccessive senza buon giudizio, es. *quell'uomo ha sperperato tutti i suoi risparmi*.

Sperpero. Spesa eccessiva fatta senza buon giudizio.

Spese di viaggio documentate. Nei viaggi per motivi di lavoro, includono ricevute di: titoli di viaggio



(biglietti, ricevute dell'acquisto di carburante /del noleggio di vettura /del taxi o del servizio con autista al seguito); spese di vitto (ricevute del ristorante); spese di alloggio (conto dell'albergo); spese sostenute per le pubbliche relazioni (doni, omaggi ecc.).

Spillatrice. Strumento usato a fini di imballaggio, mediante l'uso di punti metallici.

Sponsor o sponsorizzatore. Chi sponsorizza. Una ditta, una azienda o un ente che, per scopi pubblicitari, finanzia iniziative culturali, sportive, artistiche, o programmi televisivi.

Sponsorizzazione. Sostenere in vari modi qualcosa o qualcuno in cambio di esposizione del proprio marchio. Il risultato dello sponsorizzare; mecenatismo.

Sponsorizzazione finanziaria. Lo sponsor offre denaro, sovvenzioni o donazioni.

Sponsorizzazione in natura. Lo sponsor offre risorse umane, materiali o tecniche.

Sponsorizzazione tecnologica. Lo sponsor concede il suo *know-how* tecnologico.

Sportelli di ascolto per stranieri. Iniziativa che prevede varie forme di aiuto per i cittadini stranieri immigrati in difficoltà.

Sportello unico. Strumento creato dai Comuni, in attuazione alla disciplina per il decentramento di compiti e funzioni a Regioni ed enti locali (Legge 59/1997, art. 20, Bassanini; D. Lgs. 112/1998, art. 25). Attraverso lo sportello unico vengono unificate, in un solo procedimento, tutte le autorizzazioni necessarie per l'avvio di un'impresa.

Spot pubblicitario. V. Messaggio commerciale.

Spread. a) Differenza fra i tassi attivi a carico dei clienti e i tassi passivi versati ai clienti. b) Un indicatore economico che definisce la differenza fra i titoli di rendimento di uno stato e quelli di un altro paese (es.: tra BTP italiani e BUND tedeschi).

Spreco. Un consumo (v.) inutile. V. Consumismo.

Squadra. Un gruppo di persone che operano insieme per lo stesso fine. In italiano si usano anche le traduzioni del termine in inglese *"team"* e in francese *"équipe"*.

Stacanovista. Chi lavora con entusiasmo esagerato.

Staff. Unità di lavoro composta da più soggetti per la realizzazione di un compito. V. Squadra.

Stage. Periodo di training, addestramento, tirocinio, studio e formazione. Lo *stage* (pronunciato alla francese, non all'inglese come spesso si fa erroneamente in Italia) è una importante esperienza di formazione in cui l'allievo di un corso di formazione professionale sperimenta direttamente nella realtà lavorativa il mestiere per il quale il corso lo ha formato. I destinatari dello s. sono giovani di qualsiasi livello di studio che abbiano almeno assolto l'obbligo scolastico. Esistono due tipi di stage aziendale: s. conoscitivo e s. applicativo. Nello s. conoscitivo l'allievo comprende il ruolo lavorativo al quale viene formato grazie all'osservazione diretta dei metodi di lavoro. Nello s. applicativo l'allievo è direttamente inserito nel luogo di lavoro, dove verificherà e metterà in pratica le competenze acquisite durante la fase di studio presso il centro di formazione. Si può anche effettuare uno s. all'estero o effettuando uno scambio culturale e formativo presso una scuola straniera. Si può avere uno s. pre-assunzione oppure uno s. di inserimento (*on the job*). V. Tirocinio.

Stagione. Il periodo in cui si svolge una attività commerciale, ad es. per il soggiorno presso un albergo si parla di alta/media/bassa stagione.

Stagista (intern). a) Chi sta facendo uno stage (v.).

Stakeholder. Gruppi d'interesse o *lobby*, i soggetti portatori di interessi rispetto a una determinata iniziativa economica. In senso lato, si tratta dell'intera collettività. Gli s. sono rappresentati dai soggetti senza il sostegno dei quali l'impresa non è in grado di so-

pravvivere.

Stampo di polistirene. Un comune tipo di imballaggio (v.).

Stand. V. Padiglione fieristico.

Standard & Poor's. Agenzia di *rating* americana che valuta il debito pubblico dei Paesi.

Standard qualitativi. Obiettivi prefissati sulle caratteristiche di qualità che il prodotto deve avere.

Start up d'impresa. La fase di avvio di un'impresa, in cui è necessario espletare una serie di incombenze di natura amministrativa, burocratica, fiscale e legale. Si tratta di un momento particolarmente impegnativo e piuttosto oneroso che nei cosiddetti "progetti assistiti" (ad es. quelli che ricevono finanziamenti e agevolazioni) prevede il sostegno di consulenti esterni.

Stato di disoccupazione. Secondo la più recente normativa in materia è la condizione del soggetto privo di lavoro, che sia immediatamente disponibile allo svolgimento ed alla ricerca di una attività lavorativa secondo modalità definite con i Centri per l'impiego territoriali.

Statuto dei lavoratori. Legge n. 300/1970, che recepisce e attua le norme costituzionali in materia di lavoro. Lo Statuto dei lavoratori rappresenta il testo fondamentale che regola i rapporti di lavoro, nella prospettiva di tutelare soprattutto i diritti e le libertà dei lavoratori.

Stazione ferroviaria. Area attrezzata per gli arrivi e partenze in treno e munita di servizi quali biglietteria, deposito bagagli, sala di attesa.

Stazza. Capacità di carico di una nave.

Stereotipo. Concetto o percezione troppo rigida e distorta di un determinato aspetto della realtà; in particolare, di persone e gruppi sociali. V. Pregiudizio, Discriminazione, Intolleranza, Razzismo.

Sterilizzazione. Trattamento eseguito sugli alimenti conservati allo scopo di renderli adatti a una lunga conservazione.

Steward. Persona di sesso maschile impiegata come assistente di volo a bordo di un aereo di linea o su altri mezzi di trasporto pubblico o privato. V. Hostess.

Stipendio. Remunerazione del lavoro subordinato degli impiegati.

Stoccare. Da *stock* (magazzino, immagazzinare). Conservare in deposito o in magazzino.

Stock. Assortimento e disponibilità di merce in un determinato momento in un negozio o nel magazzino di una azienda. In senso stretto si tratta di scorte accumulate in un dato periodo.

Stock broker. V. Agente di cambio.

Stock options. Le cosiddette "opzioni *call*" che danno il diritto di acquistare azioni di una società, purché quotata in borsa, a un dato prezzo d'esercizio; sono conferite gratuitamente ai manager e perdono ogni valore dopo la scadenza, quindi sono incassate prima della scadenza, se il prezzo d'esercizio è inferiore al valore di mercato dell'azione sottostante.

Store loyalty. Fedeltà alla marca di un intermediario commerciale o distributore.

Straniero. Chi si trova, temporaneamente o stabilmente, che transita o risiede nei territori di uno stato, pur essendo cittadino di un altro stato.

Stress. Nel lavoro, tensione nervosa dovuta a logorio, disaffezione (v. Burnout) e a un ritmo di vita troppo frenetico.

Strumenti telematici. Le applicazioni derivate dall'integrazione delle tecnologie informatiche con quelle delle telecomunicazioni. Sono basate prevalentemente sullo scambio di dati attraverso la rete telefonica e reti dedicate e coprono una gamma vastissima di applicazioni fra le quali è molto famosa la trasmissione via fax.

Struttura di reclutamento. Luogo ove si svolge il reclutamento dei candidati. Può essere localizzata in

azienda o fuori sede.

Strutture del settore non alimentare. V. Grande magazzino.

Strutture di vendita al dettaglio. V. Ipermercato, Supermercato, Discount, Superette o mini-mercato.

Studio di fattibilità. V. Piano d'impresa.

Sub-brand. Marca secondaria.

Succursale. Sede secondaria di una società, organizzazione o azienda.

Superbonus. Incentivo speciale, riferito soprattutto alla gratifica economica che la legge assegna ai lavoratori del settore privato che decidono di non andare in pensione, pur avendone maturato il diritto.

Superette. V. Mini-mercato.

Supermercato. Punto di vendita al dettaglio a libero servizio di prodotti di largo consumo con una superficie compresa fra i 400 e i 2.500 metri quadrati.

Svalutazione. Diminuzione del valore di una moneta rispetto alle altre monete estere.

Taeg (Tasso annuo effettivo globale). È il tasso che esprime il costo effettivo di un prestito, tenendo conto di tutte le commissioni e le spese sostenute per ottenere il finanziamento e per pagare le rate.

Talent scout. Professionista specializzato nella ricerca/scoperta di modelli/e di particolare bellezza o bravura. I t. s. operano anche nel mondo dello spettacolo, della musica e dello sport.

Talk-show. Programma televisivo in cui il conduttore intrattiene una serie di ospiti (generalmente noti), intervistando e stimolando la conversazione su argomenti diversi, solitamente legati all'attualità.

Tan (Tassa annuale nominale). Questo valore indica esclusivamente la misura degli interessi dovuti su un prestito, senza considerare le spese.

Tangente. Indica denaro offerto a un pubblico ufficiale affinché compia un'azione illecita.

Target. a) Fascia dei potenziali consumatori di un prodotto alla quale si rivolgono le strategie di comunicazione e di vendita di un marchio o brand (v.). b) Consumatori a cui si rivolge il prodotto o servizio. c) Obiettivo, risultato di vendita quantitativo e qualitativo (es: penetrazione, volumi o fatturato di un determinato prodotto o linea di prodotti, ecc.) che deve essere raggiunto in una determinata zona in un determinato periodo di tempo.

Targhette identificative (badge). Adesivi o cartellini plastificati indossati ai fini di identificazione personale da persone che partecipano a riunioni e convegni e simili, per permettere a chi non le conosce di acquisire a colpo d'occhio informazioni sul Nome, Cognome, Datore di lavoro, affiliazioni e altri dati utili che le riguardano, e viceversa.

Tariffa. Prezzo stabilito per un dato bene o servizio.

Tariffario. Elenco dei prezzi dei servizi, fissati secondo una tariffa.

Taroccare. (voce gergale). Imitare o contraffare un prodotto o servizio, es. *Quella borsa è taroccata, quel pacchetto di viaggio è taroccato* /è un "tarocco".

Tarocco. V. Taroccare.

Tasso di attività. Il rapporto percentuale di lavoratori rispetto alla popolazione.

Tasso di disoccupazione. Il rapporto percentuale fra le persone in cerca di occupazione (v.) e la forza lavoro (v.).

Tasso di inflazione. Incremento del livello generale dei prezzi espresso in termini percentuali.

TCP/IP. Protocollo su cui Internet si basa, cioè l'insieme di regole secondo le quali più computer messi in rete possono comunicare fra loro.

Team work. V. Lavoro di gruppo.

Techniche di marketing. Strumenti utilizzati dalle aziende per incrementare le vendite e rispondere alle esigenze dei consumatori.

Telecamera. Strumento utilizzato per fare le riprese



televisive, che vengono trasmesse via etere (nel caso delle dirette) o registrate su nastro magnetico o altro supporto.

Telefonata al cliente. V. Telemarketing, Marketing diretto.

Telelavoro. Lavoro svolto a distanza (ad es. a casa propria), in un luogo diverso dalla sede in cui dovrebbe svolgersi e comunicato ad essa in tempo reale per mezzo di sistemi telematici.

Telemarketing. Contatti via telefono effettuati da operatori telefonici appositamente addestrati.

Televendita. Un programma televisivo che pubblica beni e servizi e dà ai telespettatori la possibilità di comprarli immediatamente.

Televenditore/televenditrice. Chi fa la televendita davanti alle telecamere (v.).

Tendenza (trend). Orientamento o corrente che si sviluppa all'interno di fenomeni culturali e movimenti di vario genere.

Tenore di vita medio di un paese. Livello di vita, con particolare riferimento alle possibilità economiche.

Terziarizzazione. Modalità di esternalizzazione di funzioni che prima appartenevano all'impresa. (v. Esternalizzazione e Filiera produttiva). La terziarizzazione può avvenire "intra muros", se l'attività è svolta dalla società appaltatrice all'interno del sito aziendale, oppure "extra muros", se è svolta all'esterno dell'azienda stessa.

Terzo mercato (over the counter). Tutte le contrattazioni fra operatori non membri di una borsa valori.

Terzo settore. Fanno parte del terzo settore (gli altri due sono rappresentati dallo Stato e dal mercato) tutti quegli organismi ed enti senza fini di lucro che: hanno natura giuridica privata; non possono distribuire utili a soci, membri o dipendenti; si avvalgono di prestazioni di lavoro volontario. Ne sono esempi le ONG, le ONLUS, le cooperative sociali e le associazioni di volontariato.

Test attitudinale. V. Test di livello.

Test di livello. Test psicologico di tipo prevalentemente psicometrico (v. Psicomетria) utilizzato per valutare il livello e la tipologia di capacità cognitive e di livello intellettuale del soggetto. I principali test di livello sono internamente costituiti da vari sottoinsiemi di domande (*item*), che valutano capacità cognitive logiche, linguistiche, numeriche, spaziali, ecc. Sono usati principalmente nella valutazione attitudinale, nel settore selettivo e educativo, e talvolta nell'analisi clinica dei disturbi cognitivi.

Testata di gondola. Spazio espositivo situato all'estremità di una corsia di vendita e legata a un singolo prodotto o marca, atto a favorire, per la sua posizione strategica, l'acquisto d'impulso. V. Gondola.

Testimonial pubblicitario. Personaggio famoso che testimonia le caratteristiche positive di un prodotto o servizio a scopo pubblicitario. Sono attori, presentatori, sportivi, cantanti, ballerini, musicisti ecc., che girano spot per il cinema e la TV.

TFR (Trattamento di fine rapporto). Un diritto del lavoratore, consistente nel ricevere una indennità proporzionale agli anni di servizio prestato e alla retribuzione percepita, che il datore di lavoro deve corrispondere al lavoratore quando cessa il rapporto di lavoro. È proporzionale agli anni di servizio prestato e alla retribuzione percepita. Nelle intenzioni del legislatore tale trattamento è un compenso differito che ha lo scopo di sostenere il lavoratore di fronte alla cessazione della retribuzione.

Through the line. V. Promozione through the line.

Time manager. V. Esperto in gestione del tempo.

Tirocinante. Chi sta imparando il mestiere, chi svolge un tirocinio.

Tirocinio formativo. V. Stage.

Tirocinio. Preparazione pratica, necessaria per esercitare una professione, che si svolge sotto la guida di un esperto.

Titolo di credito. Documento che incorpora il diritto a ottenere il pagamento di una determinata somma di denaro.

Toner. Polvere che si fissa sulla carta mediante fusione, usata nelle fotocopiatrici e nelle stampanti laser.

Top management. Vertice direttivo (con responsabilità estese a tutta l'azienda); il Presidente, l'Amministratore delegato o AD, il Direttore generale ecc.

Tormentone. Frase ripetuta molte volte per farla rimanere impressa nella mente del telespettatore, es. la frase "No Martini, no party" del celebre spot con George Clooney per Martini.

Tour operator (T.O.) Agenzie di grandi dimensioni specializzate nell'organizzazione di pacchetti di viaggio in cui è tutto compreso, dall'aereo ai mezzi di trasporto interno, dall'alloggio all'organizzazione di escursioni in loco.

Tracciabilità o rintracciabilità. La possibilità di ripercorrere a ritroso le varie fasi di produzione e di commercializzazione di un prodotto alimentare, arrivando fino all'origine delle materie prime che lo costituiscono. V. Filiera produttiva.

Trade. Definizione sintetica degli intermediari commerciali di cui si avvale un'azienda.

Trade marketing. Le attività di marketing realizzate dall'impresa con e attraverso gli intermediari commerciali. Le attività di marketing che un'azienda rivolge al distributore piuttosto che al consumatore finale.

Trading company. Azienda che si occupa di esportazione.

Tradizione. L'insieme dei costumi e delle usanze tramandate.

Traduttore/traduttrice. Chi traduce da una lingua all'altra.

Traduzione o interpretazione consecutiva. Traduzione orale svolta da un interprete quando l'oratore ha terminato di parlare.

Traduzione o interpretazione simultanea. Traduzione orale svolta da un interprete nel momento in cui un oratore espone oralmente.

Trasporto intermodale. Modalità di trasferimento delle merci che utilizza diversi mezzi di trasporto (autotrasporto, ferrovia, porti). V. Trasporto monomodale.

Trasporto monomodale. Modalità di trasferimento delle merci che utilizza un unico mezzo di trasporto dal caricamento della merce fino alla consegna al destinatario finale.

Tratta. Titolo di credito all'ordine ed esecutivo contenente l'ordine di pagare una somma a una data scadenza al legittimo portatore.

Trattamento o indennità di mobilità. Istituito dalla Legge 223/1991, costituisce per i lavoratori che hanno perso il lavoro una forma di sussidio temporaneo. Il t. di m. è riconosciuto a operai, impiegati e quadri con contratto a tempo indeterminato, provenienti da imprese diverse da quelle edili, il cui rapporto di lavoro si è interrotto per effetto di licenziamenti collettivi.

Trattenuta (sost.). Parte della remunerazione di un lavoratore che non viene corrisposta ma viene direttamente versata dal datore di lavoro agli enti pubblici ai quali spetta una imposta contribuita, es. t. previdenziali, t. fiscali.

Tredicesima mensilità. Retribuzione aggiuntiva alle dodici mensilità, corrisposta al lavoratore nel periodo delle feste natalizie.

Trend. V. Tendenza.

Treno ad Alta Velocità (TAV). Convoglio per passeggeri capace di viaggiare a velocità particolarmente elevata.

Tributarista. Un esperto della normativa sui tributi

e sulle imposte dirette e indirette, che per legge devono essere calcolate e versate dall'impresa, sulla base del fatturato e del reddito a scadenze prefissate.

Turnover. a) Avvicendamento della manodopera assegnata a un ciclo produttivo. b) Sostituzione del personale che ha concluso un rapporto lavorativo. c) Il giro d'affari di una impresa.

Tutor. Il/la responsabile dell'apprendimento; sul piano delle attività è la persona che, nei casi in cui è previsto, gestisce le dinamiche del gruppo in formazione e fa da supervisore al lavoro dei "formandi" (v.). Svolge inoltre un ruolo di collegamento fra le esigenze dei corsisti e i formatori, e riporta l'andamento del corso al coordinatore. È la figura che garantisce la continuità in un percorso formativo.

U.O. Unità operativa.

u.s. Ultimo scorso

Ufficio di collocamento. v. Centro per l'impiego.

UGC. Unione generale coltivatori. Produttori agricoli singoli e associati, quali coltivatori diretti, imprenditori agricoli a titolo principale e part-time, mezzadri e coloni.

UIL. Abbreviazione di Unione Italiana del Lavoro. V. Sindacato.

Unbranded. Senza marca.

UNI. Abbreviazione di Ente Nazionale Italiano di Unificazione. Ente per la normazione che recepisce e attua a livello nazionale la normativa internazionale riguardo alla certificazione di qualità; stabilisce le procedure per la gestione della qualità e la loro applicazione e descrive le sequenze di azioni per l'efficace funzionamento dei processi e dei loro risultati.

Unico. Esclusivo, es. *il Gruppo Ortofarm è rappresentante esclusivo del governo*.

Unione europea (UE o Ue). Soggetto politico a carattere sovranazionale e intergovernativo. Dal 1° gennaio 2007 comprende 27 paesi membri indipendenti e democratici. Il nome attuale è stato istituito col trattato di Maastricht entrato in vigore il 1° novembre 1993, dopo un lungo processo di aggregazione a cui hanno partecipato le Comunità europee precedentemente esistenti. L'UE consiste attualmente di una zona di libero mercato, detto mercato comune, caratterizzata da una moneta unica (l'euro, regolamentato dalla Banca centrale europea). Presenta inoltre una unione doganale iniziata col trattato di Roma del 1957 (v. Mercato comune europeo). L'UE presenta una politica agricola, una politica commerciale e una politica della pesca comuni.

Unique selling proposition. Enfatizzazione di una caratteristica di un prodotto sulla quale, per la sua esclusività o importanza primaria, è basata la proposta di vendita.

Unità di lavoro. Parametro di calcolo ottenuto come rapporto fra dimensione produttiva del terreno e numero di ore lavorative.

Uomo-cerniera. Chi assume il ruolo di mediatore fra parti contrapposte, intrattenendo con entrambe relazioni diplomatiche o amichevoli.

Urbanistica. Disciplina che studia l'organizzazione del territorio urbano per migliorare la qualità della vita degli esseri umani e, allo stesso tempo, per garantire il rispetto dell'ambiente.

URL. (*Uniform Resource Locator*). Quello che comunemente viene chiamato "indirizzo del sito". È l'identificatore di un sito nell'ambiente del www. La struttura dell'url è divisa in più parti, ad es., <http://www.pierino.com>, dove "http" indica il tipo di linguaggio di collegamento, "www" ci dice che è un indirizzo reperibile sul *World Wide Web*, "pippo" è il nome (in questo caso inventato) dell'organizzazione. Infine, "com" è il dominio di primo livello e può indicare o il paese (ad es. "it" è Italia) o il tipo di organizzazione ("com" è commerciale, "mil" è militare,



"edu" è educativa, "gov" del governo statunitense, "org" organizzazioni in generale, "int" organizzazioni internazionali).

Uscita (*airport gate*). L'area all'interno dell'aeroporto, dalla quale i passeggeri accedono a bordo dell'aereo in partenza (uscita per l'imbarco) o sbarcano nell'aeroporto in provenienza da un aereo giunto a destinazione (uscita di sbarco).

Utente. L'utilizzatore di un servizio.

V. o. Vostro ordine

V.c. Vostro conto

Vacanza sostenibile. Quella che tende ad armonizzare il riposo, il divertimento e la scoperta di località nuove con il rispetto dell'ecosistema.

Vacanze (di) studio. Soggiorni organizzati per un apprendimento finalizzato. In genere si svolgono all'estero e rappresentano una modalità molto utilizzata per imparare una lingua straniera, perfezionarsi o aggiornarsi su una determinata disciplina.

Valori aziendali. V. *Missione aziendale*, *Mission statement*.

Valutazione (*assessment*). a) Processo con cui il selettore (v.) valuta conoscenze, competenze, abilità e motivazioni del candidato. b) Processo o atto del valutare.

Valutazione del personale. Acquisizione di dati per verificare l'efficacia delle prestazioni lavorative e la modalità migliore di utilizzo del personale in base al potenziale dei singoli.

Vendita al dettaglio (*retail*). Vendita destinata al pubblico e non a produttori o ad aziende.

Vendita all'ingrosso (*wholesale*). Acquisto o vendita di merci in grandi quantità (partite).

Vendita diretta o marketing faccia a faccia (*direct selling*). Si realizza dall'azienda al consumatore finale.

Vendita personale (*personal selling*). Una forma di promozione che comporta la comunicazione diretta, fra il venditore e il potenziale compratore.

Vendita "porta a porta". Effettuata direttamente

al domicilio del consumatore finale.

Venditore. Chi vende determinati prodotti o servizi a un cliente.

Venture capital. L'apporto di capitale usato per finanziare settori ad elevato potenziale di sviluppo.

Verbale di riunione. Documento nel quale sono riportate le affermazioni e sono descritte le attività svolte durante una riunione, che il v. attesta dando loro veridicità.

Vetrina. Parte esterna di un negozio nella quale sono esposte le merci in vendita.

Vetrofania. Adesivo riportante un messaggio pubblicitario, il simbolo di una marca, ecc. che si attacca alle *vetrine* (v.) dei negozi.

Vettore o Trasportatore (*Carrier*). Chi di fatto trasporta le merci o si fa carico /è responsabile della gestione del mezzo di trasporto.

Vettore su gomma. Veicolo che viaggia su ruote di gomma, es. automobile, furgone, camion, autobus, TIR.

Vettore su rotaie. Mezzo di trasporto che viaggia su binari, es. il treno.

Viaggi all inclusive. I viaggi dove tutti servizi sono già compresi nel prezzo.

Viaggi incentivo (incentive). I viaggi premio offerti ai dipendenti dalle aziende.

Videoscrittura (*word processing*). Attività di elaborazione di testi mediante un programma per computer; le funzioni principali sono: l'inserimento del testo mediante tastiera, controllo ortografico mediante confronto con un vocabolario, l'eliminazione, lo spostamento e la ricombinazione di parti di testo, l'impaginazione e la memorizzazione su supporto magnetico e la stampa.

Videosorveglianza. Sorveglianza effettuata mediante l'uso di migliaia di telecamere, dette anche "occhi elettronici", sparse in luoghi pubblici.

Viralizzare o generare *buzz* (*buzzing*). Creare curiosità e interesse verso un bene per mezzo di un "buzz word".

Visto d'ingresso. Un atto emanato, direttamente o in suo nome, dallo stato di destinazione di un viaggiatore. Serve per autorizzare l'ingresso del viaggiatore oppure per segnalare alle autorità che il viaggiatore è ritenuto privo dei requisiti necessari per rientrare in una determinata categoria di ammissione. La validità legale del visto dipende dalle disposizioni della legislazione di controllo di ingresso dello stato che emette il visto.

Visual merchandising. Comprende tutte le tecniche di vendita di un prodotto che si basano su un approccio visivo ed estetico per attirare il cliente.

Visualiser. Esperto che ha il compito di tradurre in immagini un'idea pubblicitaria.

Voucher. Un documento rilasciato da un'agenzia turistica al cliente, che attesta l'avvenuto pagamento anticipato di viaggi o soggiorni, da presentare al momento della loro effettuazione.

Vs. , VI Vostro/a/i/e

WAN. (*Wide Area Network*). Una rete che collega computer a grande distanza, di solito tramite linea telefonica o satellitare.

Wearout. La discesa del gradimento, controproducente per il prodotto, causata dall'eccessiva ripetizione di uno spot.

Web marketing "virale". V. *Marketing virale in rete*

Web master (*Web Manager*). Amministratore del sito.

Web Project Manager. Responsabile di progetto.

Webcam di sorveglianza. Telecamera piazzata in spiagge, discoteche, negozi ecc., che è legale solo se un'avvertimento informa il pubblico della sua presenza. V. *Videosorveglianza*.

Word processing. V. *Videoscrittura*.

Workshop. V. *Laboratorio*.

www. Significa *World Wide Web*, cioè "ragnatela mondiale", ed è il più potente e semplice sistema di reperimento di informazioni sulla rete Internet oggi disponibile.

L' autore ringrazia le seguenti fonti utilizzate nella compilazione del glossario:

- AA.VV. *Dizionario delle diversità. Parole e concetti per capire l'immigrazione*, EDUP, Roma 2004.
- *Dizionario alla rovescia*, Selezione del Reader's Digest, Milano 1992.
- *Dizionario Devoto Oli della lingua italiana*, Le Monnier, Firenze 2007.
- Glossario del Franchising <http://www.annuariodelfranchising.it/glossario.php>.
- Glossario della Grande Distribuzione http://it.wikipedia.org/wiki/Grande_distribuzione_organizzata.
- Isfol-Orientaonline
- La Collana delle Professioni (curata dal settore Formazione Professionale della Regione Emilia-Romagna)
- *Lo Zingarelli in CD-ROM - Vocabolario della lingua italiana*, Zanichelli, Bologna 1996.
- Wikipedia.