

Indice

INTRODUZIONE	1
I – CONTESTO STORICO	3
II – ANALISI SISTEMICA DELLA GRANDE DISTRIBUZIONE ORGANIZZATA IN ITALIA, IN EUROPA E NEL MONDO	6
<i>II.1 – Grande Distribuzione Organizzata: cos'è e in quali forme agisce</i>	6
<i>II.2 – Attori della Grande Distribuzione Organizzata in Italia</i>	9
<i>II.3 – GDO: contesto internazionale</i>	12
III – IL FONDATORE E LA NASCITA DI ESSELUNGA	14
<i>III.1 – Bernardo Caprotti e la sua esperienza americana</i>	14
<i>III.2 – Esselunga: la nascita di un mito</i>	15
IV – ESSELUNGA IN CIFRE	18
V – LA VISION E LA MISSION	21
VI – STORIA DELLE STRATEGIE E DELLE INNOVAZIONI DI ESSELUNGA	23
<i>VI.1 – Strategie e innovazioni “americane” (1957-1965)</i>	25
<i>VI.2 – L'era di Bernardo Caprotti (1965-1989)</i>	29
<i>VI.3 – Subentro del primogenito, Giuseppe Caprotti (1989-2004)</i>	32
<i>VI.4 – Il rientro in azienda di Bernardo (2004- 2013)</i>	34
<i>VI.5 – Il post Bernardo (2013- ad oggi)</i>	36
<i>VI.6 – SWOT Analysis</i>	38
VII – NAVIGARE IN UN OCEANO ROSSO	39
CONCLUSIONI	43
APPENDICE – INTERVISTA A GIUSEPPE CAPROTTI	44
RINGRAZIAMENTI	46
BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA	47