

INDICE

Prefazione	IX
Introduzione	XIII
1. LA NASCITA DEI MODELLI PRODUTTIVI	1
1. Due obblighi e due incertezze fondamentali	1
2. Le vie teoricamente possibili per ridurre le incertezze del mercato e del lavoro	4
3. I modi di crescita	7
4. Le strategie di profitto	18
5. I modelli produttivi	19
2. LA STRATEGIA DELLA QUALITÀ IN ATTESA DI UN MODELLO PRODUTTIVO	31
1. L'introvabile produzione artigianale	31
2. La strategia di profitto fondata sulla qualità	33
3. Moltiplicazione, crollo, rinascita e trasformazione dei costruttori di auto di alta gamma	38
4. Alla ricerca di un modello produttivo: dalla catena alla «produzione riflessiva» e ritorno?	40
5. L'avvenire della strategia della qualità	44

3.	LA STRATEGIA DELLA DIVERSITÀ E FLESSIBILITÀ E I MODELLI TAYLORISTA E WOOLLARDISTA	47
1.	La strategia di profitto della diversità e flessibilità	47
2.	Il modello taylorista non è stato pensato per la produzione di massa	51
3.	Il modello woollardista	55
4.	Declino della strategia di profitto della diversità e flessibilità e crisi di taylorismo e woollardismo	60
5.	Possibile rinascita della strategia della diversità e flessibilità	62
4.	LA STRATEGIA DEL VOLUME E IL MODELLO FORDISTA	63
1.	Da Ford al fordismo e ritorno	64
2.	Il sistema produttivo della Ford: costituzione progressiva per tentativi	65
3.	La strategia di profitto fondata sul volume	72
4.	Il modello fordista	75
5.	È possibile il ritorno alla strategia del volume?	79
5.	LA STRATEGIA DEL VOLUME E DELLA DIVERSITÀ E IL MODELLO SLOANISTA	81
1.	Una scoperta inattesa sotto pressione	82
2.	La strategia del volume e della diversità	86
3.	Il modello sloanista	91
4.	Crisi e rinascita del modello sloanista	94
5.	L'avvenire della strategia del volume e della diversità e del modello sloanista	100

6.	LA STRATEGIA DELLA RIDUZIONE PERMANENTE DEI COSTI E IL MODELLO TOYOTISTA	103
	1. La strategia della riduzione permanente dei costi	104
	2. Uno dichiara forfait, l'altro no	107
	3. Il modello toyotista	111
	4. Affermazione e crisi del modello toyotista	115
	5. L'avvenire della strategia della riduzione permanente dei costi	119
7.	LA STRATEGIA DELL'INNOVAZIONE E FLESSIBILITÀ E IL MODELLO HONDISTA	121
	1. La strategia dell'innovazione e flessibilità	121
	2. Benché nato in Giappone, il modello hondista è agli antipodi del modello toyotista	128
	3. Il successo non è mai garantito in modo definitivo	134
	4. L'avvenire della strategia della innovazione e della flessibilità e del modello hondista	136
8.	CONFRONTO FRA MODELLI PRODUTTIVI E RIAFFERMAZIONE DELLA LORO DIVERSITÀ	139
	1. Un riesame della storia dei modelli produttivi	140
	2. Non esiste un modello produttivo universale e unico per ogni periodo storico	142
	3. Non esistono neppure modelli produttivi nazionali	145
	4. Quando i modi di crescita si destabilizzano, i modelli produttivi vanno ricomposti	146
	5. Globalizzazione e finanziarizzazione: il modello anglosassone	151

6. Distribuzione concorrenziale del reddito, formazione di un secondo mercato automobilistico e di tre categorie di dipendenti	155
---	------------

CONCLUSIONE. LE CONDIZIONI ECONOMICHE E SOCIALI DI REDDITIVITÀ E DURATA NEL TEMPO DELLE CASE	157
---	------------

Bibliografia	163
---------------------	------------