


I libri

Le imprese familiari rappresentano la forma aziendale di maggior diffusione e rilevanza sia nelle economie avanzate sia nei Paesi in via di sviluppo. Eppure sono ancora molte le false credenze: hanno piccole dimensioni, sono guidate da capitalisti senza capitale, hanno bassi tassi di crescita. Pensa a smontarle il libro *Le aziende familiari - Strategie per il lungo periodo* di Guido Corbetta, che insegna strategia delle aziende familiari in Bocconi. Corbetta risponde ad Alesina e Ichino (*L'Italia fatta in casa*) quando sostengono che, di fronte alla scelta di vendere l'azienda, lasciare la gestione ai manager o passare azioni e gestione ai figli, «in tutto il mondo, ma soprattutto nei Paesi meno sviluppati», si scelgono più facilmente i figli. «Dimostrano di non conoscere, o di non considerare, che spesso una piccola azienda familiare non è vendibile perché le conoscenze sono incorporate nel fondatore e nella sua famiglia — scrive Corbetta — e che spesso non è possibile scindere proprietà e management perché ciò non è consentito dagli equilibri economici».

Su *Continuità generazionale e accordi familiari* si concentra Daniela Montemerlo, docente di economia aziendale in Bocconi e all'università dell'Insubria. Tra le sfide, quella della «rigenerazione». «Con l'avanzare delle generazioni, e con l'aumento della complessità della famiglia proprietaria, e dell'azienda cresce il bisogno che la fiducia sia "provata" in modo il più possibile oggettivo e con l'aiuto di meccanismi istituzionali sempre più articolati». Quello che sta succedendo in molte delle famiglie imprenditoriali italiane.

S. P.

© RIPRODUZIONE RISERVATA