

Indice

	<i>pag.</i>
<i>Prefazione</i>	VII
<i>Introduzione</i>	IX

Parte I

La teoria delle aziende familiari

1. Alla ricerca di una definizione di azienda familiare	3
2. Principali teorie legate alle aziende familiari	6
2.1. La teoria della Resource-Based View	8
2.2. La teoria dell'agenzia	10
2.3. La teoria della stewardship	11
2.4. La teoria del patrimonio socio-emozionale	13
3. Il capitale sociale, familiare e umano delle aziende familiari	14
3.1. Il capitale sociale	15
3.2. Il capitale familiare	16
3.3. Il capitale umano	18
4. L'innovazione nelle aziende familiari	18
5. La diffusione delle imprese familiari in Europa ed il loro impatto	20
6. Focus sul territorio di riferimento: il Piemonte	27
Approfondimento 1. Le famiglie imprenditoriali e le loro caratteristiche	39

Parte II

I numeri delle aziende familiari

1. Executive summary	47
2. L'analisi economica sulle aziende piemontesi	47
2.1. Le aziende analizzate	48
2.2. I risultati dell'analisi	50
2.2.1. Approfondimento su alcuni indicatori	55
3. Risultati del settore manifatturiero	61
3.1. Analisi del campione manifatturiero	65
3.1.1. Approfondimento su alcuni indicatori	68
Approfondimento 2. Le famiglie imprenditoriali e le loro caratteristiche	75

Parte III**Le aziende familiari e le loro dinamiche interne**

1. Executive summary	83
2. Il punto di vista delle Famiglie Imprenditoriali	84
2.1. Peculiarità delle aziende familiari piemontesi	84
2.2. Governance e rapporto proprietà-management	87
2.3. La Famiglia Imprenditoriale: rapporti e ruoli	89
2.4. Il CDA nelle aziende familiari	95
2.5. L'ingresso dei familiari in azienda e il passaggio generazionale	96
2.6. Il futuro delle aziende familiari	102
Approfondimento 3. Le famiglie imprenditoriali e le loro caratteristiche	103
 <i>Appendici</i>	 107
<i>Bibliografia</i>	111