

Indice

Prefazione di <i>Ferruccio de Bortoli</i>	VII
Introduzione	1
1 Perché parlare di passaggio dimensionale	5
Il passaggio generazionale	5
Il passaggio dimensionale	9
Perché è importante parlare di passaggio dimensionale?	12
2 Un quadro di confronto a livello mondiale	19
Che cos'è un'impresa familiare?	20
Dati ed evidenze delle imprese familiari nel mondo	22
3 Le implicazioni di un sistema di piccole dimensioni	31
Imprenditori della crescita	32
Che cosa avverrebbe se non vi fossero gli imprenditori della crescita?	37
4 I requisiti per la crescita delle imprese familiari	49
Perché le aziende familiari non crescono	49
L'essenza imprenditoriale è il motore della crescita	57
Salire sulle spalle dei giganti	68
L'imprinting e la famiglia imprenditoriale	72
5 Una strategia per la crescita	79
La macchina per la crescita è una chiara e realizzabile strategia	79
Gestione dell'esecuzione	94

6 Strumenti per il passaggio dimensionale	97
Quotazione in Borsa	98
AIM	101
Elite	101
SPAC	102
PIR	104
M&A	106
Principi per il governo delle società non quotate a controllo familiare. Codice di Autodisciplina	108

La parola ai protagonisti

Amplifon

Intervista a Susan Carol Holland, presidente di Amplifon S.p.A. 113

Brembo

Intervista a Matteo Tiraboschi, vicepresidente esecutivo di Brembo 121

De Agostini

Intervista a Marco Drago, presidente del consiglio di amministrazione di De Agostini S.p.A. 131

Epta

Intervista a Marco Nocivelli, presidente e amministratore delegato del gruppo Epta 145

Lavazza

Intervista a Marco Lavazza, vicepresidente del gruppo Lavazza 155