



Università degli Studi di Cagliari

# MANAGEMENT DELLE IMPRESE FAMILIARI

## LEZIONE 18



# La creazione di valore transgenerazionale: una premessa

- ▶ Creare valore in termini finanziari e di sostenibilità è la principale preoccupazione di ogni FBs
- ▶ Nepotismo, altruismo, avversità e conflitti familiari tendono a minare la longevità e la sopravvivenza nel tempo
- ▶ Ma quali sono le risorse uniche e inimitabili che consentono di creare valore attraverso le generazioni?



# Framework teorico

## ▶ *Resource Based View*

- ▶ Individuare e selezionare quali risorse sono rare, inimitabili e non sostituibili
- ▶ Investire nelle suddette risorse

## ▶ *Social Capital Theory*

- ▶ Consente di creare un solido collegamento tra le specificità delle FBs e le loro abilità in termini di creazione di valore attraverso le generazioni



# Framework teorico

## ▶ *Resource Based View*

- ▶ Individuare e selezionare quali risorse sono rare, inimitabili e non sostituibili
- ▶ Investire nelle suddette risorse

## ▶ *Social Capital Theory*

- ▶ Consente di creare un solido collegamento tra le specificità delle FBs e le loro abilità in termini di creazione di valore attraverso le generazioni



# La creazione di valore e la teoria del capitale sociale (1)

- ▶ Alcuni contributi evidenziano che spesso le FBs sono caratterizzate da inefficienze e iniziative che tendono a ridurre il valore
  - ▶ Inibizione alla crescita, ostacoli all'innovazione, nepotismo
- ▶ Altri contributi sottolineano la possibilità che molti problemi vengano risolti con le rivalità personali e l'altruismo
  - ▶ Controllo autonomo



# La creazione di valore e la teoria del capitale sociale (2)

- ▶ Altri studiosi affermano che la centralizzazione tra capitale e proprietà comporta una migliore razionalizzazione delle risorse
  - ▶ Uso parsimonioso delle risorse, conservazione delle risorse, allocazione più efficiente delle risorse
    - ▶ La parsimonia, il personalismo e il particolarismo nella gestione delle risorse possono favorire le FBs negli ambienti e nei periodi caratterizzati da risorse scarse e tagli di spesa



# La creazione di valore e la teoria del capitale sociale (3)

- ▶ Attenzione nei confronti dell'interazione tra i membri della famiglia
- ▶ Le interazioni sociali tra i membri della famiglia e tra questi e gli altri soggetti della FB sono determinanti nello studio della creazione del valore



# La creazione di valore e la teoria del capitale sociale (4)

- ▶ Il concetto di *social capital* (SC) è centrale nella comprensione delle dinamiche di adattamento e creazione del valore
- ▶ Il SC è la rete di relazioni generate dalle persone, e la combinazione tra le risorse detenute e potenziali inserite, disponibili e derivate appunto dalle relazioni





# Elementi determinanti nella creazione di valore

- ▶ Fiducia
- ▶ Affidabilità
- ▶ Cooperazione
- ▶ Aspettativa
- ▶ Reputazione
- ▶ Identità
- ▶ Cultura
- ▶ Conoscenza

## ▶ *Risorse intangibili*



# Quindi...

- ▶ Le relazioni e le interazioni sociali influenzano significativamente le capacità delle FBs di accedere e ricombinare le risorse e le proprie abilità per rispondere attivamente ai mutamenti ambientali e, conseguentemente, creare valore attraverso le generazioni
- ▶ *Non solo risorse tangibili, ma soprattutto intangibili*



# Dalla longevità all'imprenditorialità transgenerazionale (1)

- ▶ L'intenzione, le attitudini e l'orientamento imprenditoriale, combinati con le risorse che rendono le FBs uniche (familiness), inseriti nella cultura della comunità e influenzate dal coinvolgimento della famiglia, dalle caratteristiche del settore e dallo stadio generazionale, determinano le performance imprenditoriali, finanziarie e sociale e ne influenzano la creazione di valore transgenerazionale



# Dalla longevità all'imprenditorialità transgenerazionale (2)

Settore

Generazione

Orientamento  
imprenditoriale  
(attitudini)



Risorse  
(familiness)

Performance  
-Imprenditoriali  
-Finanziarie  
-- Sociali

Creazione di  
valore trans-  
generazionale

Cultura

Coinvolgimento  
membri famiglia

