

## INDICE

INTRODUZIONE.....	Pag.	XI
-------------------	------	----

### CAPITOLO I

#### IL RUOLO DEI PREMI E DEGLI SCONTI NELLA VALUTAZIONE DELLE PARTECIPAZIONI NON TOTALITARIE

1. Capitale economico e valore delle sue quote: cenni introduttivi .....	Pag.	1
2. Il valore del controllo: definizione e tassonomia del premio.....	»	8
2.1. Le configurazioni di valore ed il <i>fair market value</i> .....	»	15
2.2. Consistenza teorica del premio: le argomenta- zioni a supporto .....	»	21
2.3. La quantificazione del valore di controllo: un approccio teorico per la sua misurazione .....	»	26
3. Quadro sinottico dei benefici privati del controllo....	»	33
3.1. I modelli quantitativi per la misurazione.....	»	41
4. Il valore delle partecipazioni di minoranza: il ruolo dello sconto per ridotti poteri .....	»	54
4.1. L'impianto teorico dello sconto: le differenti prospettive di analisi.....	»	56
4.2. Esistenza dello sconto e base applicativa .....	»	58
4.3. L'elemento soggettivo dello sconto: una classi- ficazione delle minoranze .....	»	65
5. Considerazioni introduttive circa lo sconto di liquidi- tà.....	»	71
5.1. La nozione e le argomentazioni del <i>lack of li- quidity</i> .....	»	73
5.2. La misurazione del fattore <i>illiquidity</i> .....	»	75
6. Premi e Sconti: quadro di sintesi.....	»	89

## CAPITOLO II

LA DETERMINAZIONE DELLO SCONTO DI MINORANZA  
NELLA DOTTRINA NAZIONALE ED INTERNAZIONALE

1. Sconto di minoranza e profili applicativi: riflessioni preliminari.....	Pag.	93
2. La <i>corporate governance</i> e lo sconto di minoranza: alcune riflessioni critiche.....	»	98
3. Il contributo del Guatri allo sviluppo dell'impianto teorico dello sconto.....	»	104
3.1. La quantificazione dello sconto secondo il Guatri.....	»	109
4. Sconto di minoranza ed entità della partecipazione: l'approccio dello Jovenitti.....	»	121
5. Riflessioni metodologiche e sconti di minoranza nell'impostazione dell'Onesti.....	»	125
5.1. Metodo basato sul primo prezzo di borsa.....	»	125
5.2. Metodo basato sul <i>payout ratio</i> .....	»	128
5.3. Metodo basato sul differenziale tra diverse categorie di azioni.....	»	131
6. Il valore dello sconto secondo lo studio dell'Oricchio.....	»	134
7. La dottrina internazionale: la metodologia dello Shishido.....	»	142
7.1. <i>Hypothetical Market Value</i> (HMV).....	»	144
7.2. Determinazione del " <i>Minority Discount</i> ".....	»	152
8. Pratt, Rielly, Schweihs e la pratica professionale statunitense.....	»	153
8.1. <i>Top Down method</i> .....	»	154
8.2. <i>Horizontal method</i> .....	»	156
8.3. <i>Bottom-up method</i> .....	»	157
9. Lo sconto di minoranza nei differenti approcci analizzati.....	»	158

## CAPITOLO III

LO SCONTO PER RIDOTTI POTERI: UN APPROCCIO  
EMPIRICO PER LA SUA DETERMINAZIONE

1. Sconto di minoranza, prospettive di analisi e valore dell'indagine empirica.....	Pag.	163
2. Il <i>going public</i> : una breve introduzione.....	»	164
3. Le dinamiche valoriali nel processo di quotazione: meccanismi di <i>pricing</i> nelle IPOs.....	»	168

4. Il valore dell'IPO, il suo <i>Fair Value</i> ed il ruolo dell' <i>underwriter</i> : riflessioni critiche .....	Pag.	171
5. Il prezzo dell'IPO ed il fenomeno dell' <i>underpricing</i> .....	»	180
6. IPO e controllo: riflessi sul valore .....	»	185
6.1. IPO e <i>change of control</i> .....	»	187
6.2. IPO e mantenimento del controllo .....	»	190
7. Obiettivi dell'indagine .....	»	192
7.1. La metodologia di calcolo: le ipotesi del modello .....	»	193
8. Composizione del campione .....	»	195
9. Le metriche valoriali nel campione d'indagine .....	»	198
10. Il valore dello sconto .....	»	210
11. Sintesi e considerazioni conclusive .....	»	220
 CONCLUSIONI .....	Pag.	225
 BIBLIOGRAFIA .....	Pag.	229