

Indice

	<i>pag.</i>
<i>Introduzione</i>	IX
Capitolo 1	
Aggregazione di imprese.	
Concetti chiave, paradigmi, criteri di classificazione	
1.1. Impostazione economico-aziendale	1
1.1.1. Inquadramento dottrinale e concettuale	1
1.1.2. Processo di formazione	3
1.1.3. Autonomia giuridica ed economica	5
1.1.4. Governance. Incertezza e rischio	6
1.1.5. Governance. Equilibrio tra prestazioni e benefici attesi	9
1.1.6. Strategia	12
1.1.7. Risorse relazionali	13
1.1.8. Dinamismo e cambiamento	14
1.2. Paradigmi di ricerca	16
1.2.1. Prospettiva motivazionale	16
1.2.2. Prospettiva relazionale	23
1.2.3. Prospettiva strutturale	26
1.2.4. Prospettiva evolutiva	28
1.2.5. Prospettiva dei segnali	30
1.3. Criteri di classificazione	33
1.3.1. Attività svolta in collaborazione	33
1.3.2. Caratteristiche delle imprese partner	34
1.3.3. Coordinamento delle relazioni	36
1.3.4. Tipologie rilevanti nel tessuto imprenditoriale italiano	38

Capitolo 2

Strategia nelle aggregazioni di imprese.

Approcci, metodi, modelli

2.1.	Impostazioni metodologiche	45
2.1.1.	Orientamento ai problemi	45
2.1.2.	Orientamento agli strumenti	46
2.1.3.	Orientamento allo <i>strategic thinking</i>	50
2.1.3.1.	Elaborazione delle informazioni strategiche	57
2.1.3.2.	Mappatura e visualizzazione strategica	60
2.1.3.3.	<i>Sensemaking</i> strategico	62
2.2.	Riflessioni metodologiche	64
2.3.	Processo decisionale strategico	68
2.4.	Modello decisionale strategico	72
2.5.	Evidenze empiriche	77

Capitolo 3

Strumenti di aggregazione di imprese in forma reticolare.

Finalità, tipologie, caratteristiche

3.1.	Superamento del problema dimensionale	97
3.1.1.	Motivazioni e vantaggi operativi	97
3.1.2.	Potenzialità e limiti dimensionali	100
3.1.3.	Tipologie aggregative	102
3.2.	Contratto di rete	104
3.2.1.	Inquadramento giuridico	104
3.2.2.	Complessità organizzativa	106
3.2.3.	Profilo operativo	112
3.2.4.	Modelli aggregativi	116
3.2.5.	Quadro evolutivo	119
3.2.6.	Portata innovativa	123
3.3.	Indagine campionaria	126

Capitolo 4

Affidabilità e misurazione delle *performance* delle aggregazioni di imprese in forma di gruppo o reticolare.

Valutazione, misurazione, *credit rating*

4.1.	Impostazione metodologica	141
4.2.	Valutazione dei gruppi di impresa	141
4.2.1.	Definizione, origini, diffusione e problematiche di valutazione	141
4.2.2.	Funzione e ruolo del bilancio consolidato nel processo di valutazione dell'affidabilità creditizia	146
4.2.2.1.	Valutazioni e definizione del perimetro di gruppo in presenza del bilancio consolidato	147
4.2.2.2.	Valutazioni e definizione del perimetro di gruppo in assenza del bilancio consolidato	152
4.2.2.3.	Processo di <i>rating assignment</i> al gruppo e il suo ribaltamento sulla singola impresa	156
4.3.	<i>Rating assignment</i> alle reti di imprese	165
4.3.1.	<i>Rating</i> elemento chiave per l'interlocuzione tra banche e reti	165
4.3.2.	Formulazione del <i>rating</i> delle reti di imprese	169
4.3.2.1.	<i>Rating assignment</i> alle reti oggetto	172
4.3.2.2.	<i>Rating assignment</i> alle reti soggetto	174
4.3.3.	Valutazione delle <i>performance</i> della rete: analisi dei principali contributi	174
4.3.4.	Evidenze empiriche	177

Capitolo 5

Merito creditizio di reti e retisti: spunti operativi e aspetti problematici

5.1.	Impostazione metodologica	185
5.2.	Valutazione della rete di imprese	188
5.2.1.	<i>Rating</i> di rete e <i>rating</i> dei retisti	190
5.2.2.	Valutazione dell'efficacia della rete di imprese	192
5.3.	Strutturazione del processo valutativo dell'impresa retista	196
5.4.	Ribaltamento del <i>rating</i> di rete	200
5.4.1.	Ribaltamento del <i>rating</i> delle reti oggetto	200
5.4.2.	Ribaltamento del <i>rating</i> delle reti soggetto	207

	<i>pag.</i>
5.5. Ulteriori considerazioni in tema di valutazione del merito creditizio delle reti di imprese e dei retisti	211
5.5.1. Utilizzo di <i>covenant</i> nei contratti di finanziamento delle reti e dei retisti	215
 <i>Conclusioni</i>	 223
 <i>Bibliografia</i>	 227