

punto org

Collana diretta da Luigi Maria Sicca

64

ANDREA MORETTI    RAFFAELLA TABACCO

## I MENUZZO E CAME

UNA STORIA DI PASSIONE PER IL PRODOTTO,  
I CLIENTI E LE RELAZIONI

postfazione

*Riccardo Samiolo*

Editoriale Scientifica  
Napoli

*Tutti i diritti sono riservati*

© 2020 Editoriale Scientifica s.r.l.  
Via San Biagio dei Librai, 39  
80138 Napoli  
[www.editorialescientifica.com](http://www.editorialescientifica.com)  
[info@editorialescientifica.com](mailto:info@editorialescientifica.com)

ISBN 978-88-9391-638-7

# Indice

11	Introduzione
23	Ringraziamenti <i>Andrea Moretti, Raffaella Tabacco</i>
29	1. LE PERSONE AL CENTRO
29	1.1. Introduzione
30	1.2. L'origine e la costituzione del Gruppo CAME: intervista a Paolo Menuzzo
30	1.2.1. <i>Si chiude un cancello e si apre il mondo CAME...</i>
34	1.2.2. <i>Le origini e i primi passi di CAME</i>
37	1.2.3. <i>Un punto fermo: l'innovazione tecnologica</i>
40	1.2.4. <i>L'espansione commerciale</i>
43	1.2.5. <i>Il rapporto con i fornitori</i>
45	1.2.6. <i>L'organizzazione e la governance del gruppo</i>
47	1.2.7. <i>La transizione generazionale</i>
48	1.2.8. <i>Le sfide di un settore che si trasforma</i>
51	1.3. L'evoluzione del Gruppo CAME: intervista ad Andrea Menuzzo
55	2. DALL'AUTOMAZIONE DEI CANCELLI ALLA DOMOTICA NELLA STORIA DEL GRUPPO CAME
55	2.1. Introduzione
55	2.2. L'evoluzione del settore
55	2.2.1. <i>Il settore dell'automazione per cancelli</i>
58	2.2.2. <i>Tendenze evolutive della tecnologia</i>
62	2.2.3. <i>Consumatori, contesti d'uso e clienti</i>
64	2.2.4. <i>Struttura dell'offerta</i>

66	2.3. Individuare un'idea e lanciarsi nel nuovo progetto
68	2.4. Gli anni Settanta: l'avvio dell'impresa
70	2.5. Gli anni Ottanta: non più la piccola CAME
70	2.5.1. <i>Nella crisi si costruiscono le fondamenta della crescita</i>
71	2.5.2. <i>La partnership con i soci milanesi</i>
72	2.5.3. <i>Gli anni della crescita e la prima convention commerciale</i>
75	2.5.4. <i>Un nuovo modello produttivo</i>
76	2.6. Gli anni Novanta: l'internazionalizzazione commerciale
76	2.6.1. <i>CAME diventa una media impresa</i>
78	2.6.2. <i>L'espansione commerciale e il ruolo dei clienti-innovatori</i>
80	2.6.3. <i>Brevettare per difendersi dalle imitazioni</i>
80	2.6.4. <i>L'internazionalizzazione commerciale</i>
81	2.6.5. <i>La svolta nella progettazione e la riorganizzazione societaria</i>
82	2.7. 2000-2015: la multinazionale CAME Group
82	2.7.1. <i>Il rallentamento della crescita</i>
83	2.7.2. <i>Governare la crescita: evoluzione organizzativa e successione imprenditoriale</i>
85	2.7.3. <i>Una strategia di crescita</i>
92	2.8. CAME: "Be Technology: stay human": 2015-2017
97	3. INNOVAZIONE IN UN SETTORE MEDIUM HIGH-TECH IN TRASFORMAZIONE
97	3.1. Introduzione
98	3.2. Innovare per essere competitivi
98	3.2.1. <i>Risorse alla base del vantaggio competitivo</i>
102	3.2.2. <i>Il Frog: un esempio di combinazione di conoscenza tecnica e conoscenza commerciale</i>
107	3.2.3. <i>Un approccio sistematico e strutturato all'innovazione</i>

111	3.2.4. <i>L'acquisizione delle imprese come crescita relazionale e delle competenze</i>
114	3.3. <i>Innovazione tecnologica in CAME</i>
114	3.3.1. <i>L'innovazione dell'offerta</i>
120	3.3.2. <i>L'innovazione del processo produttivo: un'altra costante</i>
121	3.4. <i>L'innovazione del business model</i>
121	3.4.1. <i>Lo spazio multidimensionale dell'innovazione</i>
122	3.4.2. <i>L'innovazione del business model in CAME</i>
125	3.4.3. <i>La servitizzazione: agire da integratore di sistema</i>
128	3.4.4. <i>"Esperimenti" per innovare il modello di business</i>
133	4. <i>CREARE VALORE PER IL CLIENTE: L'OBBIETTIVO DI SEMPRE, UNA SFIDA CONTINUA</i>
133	4.1. <i>Il marketing in CAME: tra vittorie del passato e sfide del futuro</i>
136	4.2. <i>L'evoluzione del marketing</i>
136	4.2.1. <i>Molteplicità di compiti e di strutture organizzative per il marketing</i>
138	4.2.2. <i>Il marketing nella piccola CAME</i>
142	4.2.3. <i>Un forte orientamento alla relazione</i>
144	4.2.4. <i>Nuove sfide per il marketing di un gruppo globale</i>
146	4.3. <i>Distribuzione e comunicazione: due leve fondamentali</i>
146	4.3.1. <i>Un'attenta gestione del canale distributivo</i>
148	4.3.2. <i>La comunicazione di marketing</i>
151	4.4. <i>Internazionalizzazione commerciale</i>
151	4.4.1. <i>Le sfide della globalizzazione</i>
154	4.4.2. <i>Diventare gruppo: potenziare le sinergie</i>
156	4.4.3. <i>L'esperienza innovativa nei mercati emergenti</i>
161	5. <i>INNOVAZIONE NELLA SUPPLY CHAIN</i>
161	5.1. <i>Creare valore attraverso la gestione della supply chain</i>

162	5.2. L'evoluzione dei rapporti di fornitura
162	5.2.1. <i>Il modello produttivo in una prospettiva storica</i>
166	5.2.2. <i>Soluzioni innovative per gestire i flussi logistici e per il coordinamento con i fornitori</i>
169	5.3. La gestione dei (sub)fornitori tra strategie e operatività
169	5.3.1. <i>Relazioni di tipo integrato: tre tipologie</i>
172	5.3.2. <i>Il coinvolgimento dei fornitori nello sviluppo dei nuovi prodotti</i>
174	5.3.3. <i>La valutazione e selezione dei (sub)fornitori in CAME</i>
176	5.3.4. <i>La gestione operativa del network di fornitura in CAME</i>
179	6. SUCCESSIONE GENERAZIONALE, MANAGERIALIZZAZIONE E GOVERNANCE IN CAME
179	6.1. Imprese familiari e successione imprenditoriale: da minaccia a opportunità
179	6.1.1. <i>Innovare nella successione imprenditoriale</i>
183	6.1.2. <i>CAME e la famiglia Menuzzo</i>
186	6.2. Successione "nella" ed evoluzione "della" funzione imprenditoriale
191	6.3. Managerializzare nel processo di successione imprenditoriale
191	6.3.1. <i>La definizione dei ruoli: progetto, conquista dell'autonomia, azione</i>
198	6.3.2. <i>Manager imprenditori e manager per imprenditori</i>
204	6.4. Crescita, sviluppo e complessità di PMI in forte crescita
204	6.4.1. <i>Necessità organizzative (specializzazione e coordinamento) con crescita dimensionale nelle PMI</i>
213	6.4.2. <i>Il governo della complessità</i>
223	6.5. Imprese familiari e territorio: responsabilità sociale e prassi operative

- 227 Conclusioni
- 231 Postfazione  
*Riccardo Samiolo*
- 233 Bibliografia
- 255 Hanno scritto nella Collana punto org



## Bibliografia

- Alvarez, S., Busenitz, L. (2001), The entrepreneurship of resource-based theory, *Journal of Management*, 27, pp. 755-775.
- Anthony, R.N., Govindarajan, V. (2006), *Management Control Systems*, McGraw-Hill International.
- Argyris C., Schön D.A. (1996), *Organizational Learning II*, New York, Addison-Wesley.
- Arnold, D.J., Quelch, J.A. (1998), New Strategies in Emerging Markets, *Sloan Management Review*, 40/1, pp. 7-20.
- Baier, C., Hartmann E., Moser, R. (2008), Strategic alignment and purchasing efficacy: an exploratory analysis of their impact on financial, *Journal of Supply Chain Management*, 44/4, pp. 36-52.
- Baines, T. S., Lightfoot, H.W., Benedettini, O., Kay, J. M. (2009), The servitization of manufacturing: A review of literature and reflection on the future challenges, *Journal of Manufacturing Technology Management*, 20/5, pp. 547-567.
- Baines, T., Ziaee Bigdeli, A., Bustinza, O.F., Shi, V.G., Baldwin, J., Ridgway, K. (2017), Servitization: revisiting the state-of-the-art and research priorities, *International Journal of Operations & Production Management*, 37/2, pp. 256-278.
- Barney, J. (1991), Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Management*, 17/1, pp. 99-120.
- Barney, J.B. (1986), Organizational Culture: Can It Be a Source of Sustained Competitive Advantage?, *Academy of Management Review*. 11/3, July, pp. 656-665.
- Baù, M., Hellerstedt, K., Nordqvist, M., Wennberg, K. (2010), What do we know on firm succession and the entrepreneurial process: A Synthesis of the literature, *10th Annual Ifera World Family Business Research Conference*.
- Baù, M., Hellerstedt, K., Nordqvist, M., Wennberg, K. (2013), Succession

- in family firms, in Sorenson, R.L., Yu, A., Brigham, K.H., Lumpkin, G.T., *The Landscape of Family Business*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing, pp. 167-197.
- Baù, M., Pittino, D., Chirico, F., Backman, M., Klaesson, J. (2019), Roots to grow: Family firms and local embeddedness in rural and urban contexts, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 43/2, pp. 360-385.
- Bauer, M. (1997), *Tra impresa e famiglia. Trasmissione e successione nelle piccole e medie imprese*, Roma, Nuova Italia Scientifica.
- Baumol, W.J. (1961), What Can Economic Theory Contribute to Managerial Economics?, *American Economic Review*, 51/2, pp. 142-146.
- Bearle, A., Means, G. (1932), *The Modern Corporation and Private Property*, London, MacMillan.
- Becattini, G. (1987), *Mercato e forze locali: il distretto industriale*, Bologna, Il Mulino.
- Becattini, G., Rullani, E. (1993), Sistema locale e mercato globale, *Economia e Politica Industriale*, 80.
- Béchar, J., Grégoire, D. (2005), Entrepreneurship Education Research Revisited: The Case of Higher Education, *Academy of Management Learning & Education*, March, 41, pp. 22-43.
- Begley, T.M., Boyd, D.P. (1987), Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller businesses, *Journal of Business Venturing*, 2, pp. 79-93.
- Bergamin Barbato, M. (1991), *Programmazione e controllo in un'ottica strategica*, Torino, UTET.
- Bertoli, G. (2011), Editoriale, *Micro&Macro Marketing*, 3.
- Bettiol, M. (2015), *Raccontare il made in Italy. Un nuovo legame tra cultura e manifattura*, Marsilio Fondazione NordEst.
- Block, J.H., Miller, D., Jaskiewicz, P., Spiegel, F. (2013), Economic and Technological Importance of Innovations in Large Family and Founder Firms: An Analysis of Patent Data, *Family Business Review*, 26/2, pp. 180-199.
- Bocconcelli, R., Cioppi, M., Fortezza, F., Francioni, B., Pagano, A., Savelli, E., Splendiani, S. (2018), SMEs and Marketing: A Systematic Literature Review, *International Journal of Management Reviews*, 20/2, pp. 227-254.
- Bocconcelli, R., Cioppi, M., Pagano, A. (2017), Social media as a resource in SMEs' sales process, *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32/5, pp. 693-709.

- Bocconcelli, R., Grandinetti, R., Tunisini, A. (2015), "Made in Italy". The Italian contribution to the development of business marketing discipline and practices, *Journal of Business to Business Marketing*, 22, pp. 161-196.
- Bonomi, A., Rullani, E. (2005), *Il capitalismo personale. Vite al lavoro*, Torino, Einaudi.
- Bortoluzzi, G. (2008), *Supply Management come leva di generazione di valore in CAME*, mimeo.
- Bortoluzzi, G. (2011), Risorse, competenze e internazionalizzazione nelle pmi di subfornitura. Un'analisi esplorativa nel comparto plastico-meccanico, *Piccola Impresa/Small Business*, 1.
- Bortoluzzi, G., Chiarvesio, M., Di Maria, E., Tabacco, R. (2014), Exporters moving toward emerging markets: a resource-based approach, *International Marketing Review*, 31/5, pp. 506-525.
- Bortoluzzi, G., Chiarvesio, M., Tabacco, R. (2015), Innovare il modello di business per entrare nei mercati emergenti. Il caso Stark, in De Luca G., *Le relazioni tra innovazione e internazionalizzazione. Percorsi di ricerca e casi aziendali*, Trieste, EUT Edizioni.
- Bortoluzzi, G., Furlan, A., Grandinetti R. (2006), *Il distretto della componentistica e della meccanica in provincia di Pordenone. Relazioni locali e apertura internazionale*, Milano, FrancoAngeli.
- Bortoluzzi, G., Tracogna, A. (2014), *Imprenditori che sfidano la crisi. Dati ed esperienze dal Friuli Venezia Giulia*, Milano, FrancoAngeli.
- Brettel, M., Friederichsen, N., Keller, M., Rosenberg, M. (2014), How virtualization, decentralization and network building change the manufacturing landscape: An Industry 4.0 Perspective, *International Journal of Mechanical, Industrial Science and Engineering*, 8/1, pp. 37-44.
- Bridge, S., O'Neill, K., Cromie, S. (2003), *Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business*, 2nd edition, Hampshire, UK, Palgrave.
- Buratti, A., Ferrero, G. (2017), Empirical Evidence of Entrepreneurial Marketing Orientation from Italian firms,  *Mercati e Competitività*, 4, pp. 151-173.
- Burmeister, C., Luettgens, D., Piller, F.T. (2016), Business Model Innovation for Industrie 4.0: Why the 'Industrial Internet' Mandates a New Perspective on Innovation, *Die Unternehmung*, January, pp. 124-152.

- Burnes, B. (2004), *Managing Change: a strategic approach to organizational dynamics*, New York, Prentice Hall.
- Busacca, B. (1994), *Le risorse di fiducia dell'impresa*, Torino, Utet.
- Bustinza, O.F., Vendrell-Herrero, F., Baines, T. (2017), Service implementation in manufacturing: An organisational transformation perspective, *International Journal Production Economics*, 192, pp. 1-8.
- Calantone, R.J., Stanko, M.A. (2007), Drivers of outsourced innovation: An exploratory study, *Journal of Product Innovation Management*, 24/3, pp. 230-241.
- Camuffo, A., Grandinetti, R. (2006), I distretti industriali come sistemi locali di innovazione, *Sinergie Italian Journal of Management*, 69/06, pp. 33-60.
- Cantillon, R. (1755), *Essai sur la nature du commerce en general*, mimeo.
- Carnes, C.M., Ireland, R.D. (2013), Familiness and Innovation: Resource Bundling as the Missing Link, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37/6, pp. 1399-1419.
- Carrier, C. (1994), Intrapreneurship in large firms and SMEs: a comparative study, *International Small Business Journal*, 12/3, pp. 54-61.
- Carson, D., Cromie, S. (1989), Marketing Planning in Small Enterprises: A Model and Some Empirical Evidence, *Journal of Marketing Management*, 5/1, pp. 33-49.
- Carson, D., Cromie, S., McGowan, P., Hill, J. (1995), *Marketing and Entrepreneurship in SMEs: An Innovative Approach*, London, Prentice Hall.
- Carson, D., Gilmore, A. (2000), Marketing at the interface: not 'what' but 'how', *Journal of Marketing Theory and Practice*, 8/2, pp. 1-7.
- Carson, D.J. (1985), The Evolution of Marketing in Small Firm, *European Journal of Marketing*, 19/5, pp. 7-16.
- Carter, S., Jones-Evans, D. (2006), *Enterprise and Small Business. Principles, Practice and Policy*, 2nd edition, Prentice-Hall.
- Casalino, N. (2012), *Piccole e medie imprese e risorse umane nell'era della globalizzazione. Come valorizzarle attraverso la gestione della conoscenza e del capitale esperienziale*, Padova, Cedam.
- Cescon, F. (2015), *Costing per il controllo*, Milano, McGraw-Hill.
- Chatterji, D. (1996), Accessing external sources of technology, *Research Technology Management*, 39/2, pp. 48-56.
- Chesbrough, H. (2010), Business model innovation: opportunities and barriers, *Long range planning*, 43/2-3, 2010, pp. 354-363.

- Chesbrough, H., Rosenbloom, R.S. (2002), The Role of the Business Model in Capturing Value from Innovation: Evidence from Xerox Corporation's Technology Spinoff Companies, *Industrial and Corporate Change*, 11/3, pp. 529-555.
- Chiarvesio, M., Di Maria, E., Micelli, S. (2010), Global value chains and open networks: The Case of Italian Industrial Districts, *European Planning Studies*, 18/3, pp. 333-350.
- Chiarvesio, M., Romanello, R. (2018), Industry 4.0 technologies and internationalization: Insights from Italian companies, in *International Business in the Information and Digital Age. Progress in International Business Research*, Emerald Publishing Limited, pp. 357-378.
- Chiarvesio, M., Tabacco, R. (2012), Strategie di internazionalizzazione commerciale nei mercati emergenti: i casi Savio Macchine Tessili e Stark, *Micro & Macro Marketing*, 1, pp. 139-157.
- Chirico, F., Baù, M. (2014), Is the Family an "Asset" or "Liability" for Firm Performance? The Moderating Role of Environmental Dynamism, *Journal of Small Business Management*, 52/2, pp. 210-225.
- Chirico, F., Criaco, G., Baù, M., Naldi, L., Gomez-Mejia, L., Kotlar, J. (2018), To patent or not to patent: That is the question. Intellectual property protection in family firms, *Entrepreneurship: Theory & Practice*, pp. 1-29
- Christopher, M. (2005), *Logistics and Supply Chain Management*, Prentice Hall.
- Churchill, N.C. (1992), Research issues in entrepreneurship, in Sexton, D.L., Kasarda, J.D. (Eds), *The State of the Art of Entrepreneurship*, Boston, PWS-KENT, MA, pp. 579-596.
- Coda, V. (1984), La valutazione della formula imprenditoriale, *Swiluppo e organizzazione*, 82, marzo-aprile.
- Coda, V. (1988), *Orientamento strategico delle imprese*, Torino, Utet.
- Coda, V., (1995), *L'orientamento strategico dell'impresa*, UTET Università.
- Cohen, M.D., March, J.C., Olsen, J.P. (1972), A Garbage Can Model of Organizational Choice, *Administrative Science Quarterly*, 17, pp. 1-25.
- Collesei, U. (2000), *Marketing*, Padova, Cedam.
- Compagno, C. (2000a), *Il cambiamento e l'innovazione*, in Costa. G., Nacamulli, R.C.D., *Manuale di Organizzazione Aziendale*, Volume 3, Torino, Utet.

- Compagno, C. (2000b), *Il caso Nonino. Lo spirito d'impresa*, Torino, ISEDI.
- Compagno, C. (2003), *Piccole e medie imprese in transizione. Una comparazione internazionale*, Torino, UTET Libreria.
- Compagno, C., Nanut, V. (1988), *Strutture organizzative e processi gestionali nelle piccole e medie imprese. Il caso del Friuli-Venezia Giulia*, Milano, Franco Angeli.
- Corbetta, G. (1995), *Le imprese familiari. Caratteri originali, varietà e condizioni di sviluppo*, Milano, EGEA.
- Corbetta, G. (2015), *Family Business*, Edward Elgar Publishing.
- Corò, G., Grandinetti, R. (1999), Evolutionary patterns of Italian industrial districts, *Human Systems Management*, 18/2, pp. 117-129.
- Costa, G., Gianecchini, M. (2013), *Risorse umane: persone, relazioni e valore*, Milano, McGraw-Hill.
- Costa, G., Gubitta P. (2001), *Gruppo Carraro. La cultura dell'eccellenza*, Torino, ISEDI.
- Costa, G., Nacamulli, R.C.D. (a cura di) (1997), *Manuale di organizzazione aziendale*, 5 volumi, Torino, Utet Libreria.
- Costa, G., Rullani, E. (1999), *Il maestro e la rete. Formazione continua e reti multimediali*, Milano, Etas.
- Coviello, N.E., Joseph, R.M. (2012), Creating major innovations with customers: insights from small and young technology firms, *Journal of Marketing*, 76, pp. 87-104.
- Covin, I.G., Slevin, D.P. (1991), A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16/1, pp. 7-24.
- Crestanello, P., Tattara, G. (2008), Da impresa radicata nel territorio a rete globale. La ristrutturazione del gruppo Benetton, *Economia e Società Regionale*, 3.
- Daskalopoulou, I., Petrou, A. (2010), Entrepreneurial growth expectations and information flows in networks, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17/3, pp. 334-349.
- Davila, T. (2005), An exploratory study on the emergence of management control systems: formalizing human resources in small growing firms, *Accounting Organization and Society*, 39/3, pp. 223-248.
- Davis, C.D., Hills, G.E., LaForge, R.W. (1985), The marketing small enterprise paradox: a research agenda, *International Small Business Journal*, 3/3, pp. 31-42.

- Dawar, N., Chattopadhyay, A. (2002), Rethinking Marketing Programs for Emerging Markets, *Long Range Planning*, 35, pp. 457-474.
- De Marchi, V., Gereffi, G., Grandinetti, R. (2017), Evolutionary Trajectories of Industrial Districts in Global Value Chains. In De Marchi, V., Di Maria, E., Gereffi, G., *Local Clusters in Global Value Chains. Linking Actors and Territories Through Manufacturing and Innovation*, Routledge.
- De Massis, A., Frattini, F., Lichtenthaler, U. (2013), Research on technological innovation in family firms: present debates and future directions, *Family Business Review*, 26/1, pp. 10-31.
- De Massis, A., Frattini, F., Pizzurno, E., Cassia, L. (2015), Product innovation in family vs. non-family firms: an exploratory analysis, *Journal of Small Business Management*, 53/1, pp. 1-36.
- Della Torre, E., Solari, L. (2013), High-performance work systems and the change management process in medium-sized firms, *The International Journal of Human Resource Management*, 24/13, pp. 2583-2607.
- Dematté, C., Corbetta G. (1993), *I processi di transizione delle imprese familiari*, Milano, Mediocredito Lombardo.
- Di Bernardo, B. (1991), *La dimensione d'impresa: Scala, Scopo, Varietà*, Milano, Franco Angeli.
- Dong, M.C., Tse, D., Hung, K. (2010), Effective Distributor Governance in Emerging Markets: The Salience of Distributor Role, Relationship Stage, and Market Uncertainty, *Journal of International Marketing*, 18/3, pp. 1-17.
- Doz, Y.L., Kosonen, M. (2010), Embedding Strategic Agility. A Leadership Agenda for Accelerating Business Model Renewal, *Long Range Planning*, 43, pp. 370-382.
- Drucker, P. (1985), *Innovation and Entrepreneurship*, New York, Harper & Row.
- Duncan, J.W., Ginter, P.M., Rucks, A.C., Jacobs, T.D. (1988), Intrapreneurship and the reinvention of the corporation, *Business Horizons*, 31/3, pp. 16-21.
- Eisenhardt, K.M. (1989), Building theories from case study research, *Academy of Management Review*, 14/4, pp. 532-550.
- Ellram, L.M. (1990), The Supplier Selection Decision in Strategic Partnerships, *Journal of Purchasing and Materials Management*, 26/4, pp. 8-14.

- Ellram, L.M. (1991), Supply chain management: the industrial organization perspective, *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 21/1, pp. 13-22.
- Ensley, M.D., Pearson, A.W. (2005), An exploratory comparison of the behavioral dynamics of top management teams in family and nonfamily new ventures: Cohesion, conflict, potency, and consensus, *Entrepreneurship Theory and Practice*, May, pp. 267-284.
- European Commission (2003), *Green Paper "Entrepreneurship in Europe"*, COM (2003) 27 final, 21/01/2003.
- European Commission (2004), *Action Plan: the European agenda for entrepreneurship*, European Commission, COM, 70 final, 11/02/2004.
- Federmeccanica (2018), L'industria metalmeccanica, <https://www.federmeccanica.it/centro-studi/industria-metalmeccanica.html>.
- Felzensztein, C., Gimmon, E. (2009), Social networks and marketing cooperation in entrepreneurial clusters: an international comparative study, *Journal of International Entrepreneurship*, 7, pp. 281-291.
- Ferrero, G. (1989), Variabili di contesto e compiti di marketing nell'impresa, *Economia e politica industriale*, 63.
- Ferrero, G. (1996), L'appropriatezza del marketing aziendale, in *Marketing. Principi, metodi, tendenze evolutive*, Cozzi, G., Ferrero, G., Torino, Giappichelli Editore.
- Filser, M., De Massis, A., Gast, J., Kraus, S., Niemand T. (2017), Tracing the Roots of Innovativeness in Family SMEs: The Effect of Family Functionality and Socioemotional Wealth, *Journal of Product Innovation Management*, 35/4, pp. 609-628.
- Fiocca, R., Snehota, I., Tunisini, A. (2008), *Marketing business to business*, McGraw-Hill.
- Furlan, A., Grandinetti, R. (2011), Size, relationships and capabilities: a new approach to the growth of the firm, *Human Systems Management*, 30/4, pp. 195-213.
- Furlan, A., Grandinetti, R., Paggiaro, A. (2014), Unveiling the growth process: entrepreneurial growth and the use of external resources, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 20/1, pp. 20-41.
- Galbraith, K. (1952), *American Capitalism*, Boston, Houghton Mifflin (trad. it.: *Il capitalismo americano*, Milano, Ed. di Comunità, 1965).
- Gambel, E.A. (2004), *Il ricambio generazionale nell'impresa familiare. Un*



- metodo per preparare e valutare gli eredi alla successione aziendale*, Milano, Franco Angeli.
- Gattiker T.F., Carter, C.R., (2010), Understanding project champions' ability to gain intra-organizational commitment for environmental projects, *Journal of Operations Management*, 28/1, pp. 72-85.
- Gebauer, H., Fleisch, E., Friedli, T. (2005), Overcoming the service paradox in manufacturing companies, *European Management Journal*, 23(1), pp. 14-26.
- Gereffi, G., Humphrey, J., Sturgeon, T. (2005), The governance of global value chains, *Review of International Political Economy*, 12/1, pp. 78-104.
- Gibbons, P.T., O'Conner, T. (2005), Influences on Strategic Planning Processes among Irish SMEs, *Journal of Small Business Management*, 43/2, pp. 170-186.
- Gilmore, A. (2011), Entrepreneurial and SME marketing, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 13, pp. 137-145.
- Gilmore, A., McAuley, A., Gallagher, D., Massiera, P., Gamble, J. (2013), Researching SME/entrepreneurial research: a study of journal of research in marketing and entrepreneurship (JRME ) 2000–2011, *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 15, pp. 87-100.
- Gómez-Mejía, L.R., Takács Haynes, K., Núñez-Nickel, M., Jacobson, K.J.L., Moyano-Fuentes, J. (2007), Socioemotional Wealth and Business Risks in Family-Controlled Firms: Evidence from Spanish Olive Oil Mills, *Administrative Science Quarterly*, 52/1, pp. 106-137.
- Govindaryan, V., Ramamurtu, R. (2011), Reverse innovation, emerging markets, and global strategy, *Global Strategy Journal*, 1, 3/4, pp. 191-205.
- Graafland, J., van de Ven J.B., Stoffele, N. (2003), Strategies and Instruments for Organising Csr by Small and Large Businesses in the Netherlands, *Journal of Business Ethics*, 47/1, pp. 45-60.
- Grandinetti R., Rullani E. (1996), *Impresa transnazionale ed economia globale*, Roma, La Nuova Italia Scientifica.
- Grandinetti, R. (1989), Il marketing delle grandi e delle piccole imprese: dalla separazione alla convergenza, *Economia e politica industriale*, 63.
- Grandinetti, R. (1993), *Reti di marketing. Dal marketing delle merci al marketing delle relazioni*, Milano, Etas Libri.
- Grandinetti, R. (2017), Exploring the dark side of cooperative buyer-seller relationships, *Journal of Business & Industrial Marketing*, 32/2, pp. 326-336.

- Grandinetti, R. (a cura di) (2008), *Marketing. Mercati, prodotti e relazioni*, Roma, Carocci.
- Grandinetti, R., Nassimbeni, G. (2007), *Le dimensioni della crescita aziendale*, Milano, FrancoAngeli.
- Grandinetti, R., Tabacco, R. (2015), A return to spatial proximity: combining global suppliers with local subcontractors, *International Journal of Globalization and Small Business*, 7/2, pp. 139-161.
- Grandori, A. (1995), *L'organizzazione delle attività economiche*, Bologna, Il Mulino.
- Granovetter, M. (1983), The Strength of Weak Ties, *American Journal of Sociology*, 87/1, pp. 1360-1380.
- Grant, R. (2010), *Contemporary Strategy Analysis*, 7 ed, John Wiley Publishing.
- Greiner, L. E. (1972), Evolution and revolution as organizations grow, *Harvard Business Review*, July/August.
- Gronroos, C. (2007), *In Search of a new Logic for Marketing*, Chichester, John Wiley & Sons.
- Guenzi, P., Troilo, G. (2007), The joint contribution of marketing and sales to the creation of superior customer value, *Journal of Business Research*, 60/2, pp. 98-107.
- Guercini, S. (2005), Marketing imprenditoriale, marketing manageriale e conoscenza di mercato del vertice d'impresa, *Mercati e Competitività*, 1.
- Guth, W.D., Ginsberg, A. (1990), Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship, *Strategic Management Journal*, 11/5, pp. 5-15.
- Habisch, A., Meister, H.P., Schmidpeter, R. (2001), *Corporate Citizenship as Investing in Social Capital*, Berlin, Germany, Logos-Verlag.
- Hakansson, H., Harrisson, D., Waluszewski, A. (2004), *Rethinking marketing. Developing a New Understanding of Markets*, London, John Wiley & Sons.
- Hamel, G., Prahalad C.K. (1994), *Competing for the future*, Harvard Press.
- Hanna, V., Walsh, K. (2008), Interfirm cooperation among small manufacturing firms, *International Small Business Journal*, 26, pp. 299-321.
- Henri, J.F. (2006), Management control systems and strategy: A resource-based perspective, *Accounting, Organizations and Society*, 31, pp. 529-558.
- Hess, D., Rogovsky, N., Dunfee, T.W. (2002), The Next Wave of Corpo-

- rate Community Involvement: Corporate Social Initiatives, *California Management Review*, 44/2, pp. 110-125.
- Hill, J. (2001), A Multidimensional Study of the Key Determinants of Effective SME Marketing Activity: Part 2, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 7/6, pp. 211-235.
- Hill, J., McGowan, P., Drummond, P. (1999), The development and application of a qualitative approach to researching the marketing networks of small firm entrepreneurs, *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2/2, pp. 71-81.
- Hills, G.E., Hultman, C.M., Miles, M.P. (2008), The Evolution and Development of Entrepreneurial Marketing, *Journal of Small Business Management*, 46/1, pp. 99-112.
- Hisrich, R.D. (1986), Entrepreneurship and intrapreneurship, in Hisrich, R.D. (Ed.), *Entrepreneurship, Intrapreneurship and Venture Capital*, Lexington, MA, Lexington Books, pp. 71-104.
- Hisrich, R.D. Peters, M.P. (1998), *Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing a New Enterprise*, 4th ed., Chicago, IL, Irwin.
- Hoffman, C., Wulf, T., Stubener, S. (2016), Understanding the performance consequences of family involvement in the top management team: The role of long-term orientation, *International Small Business Journal*, 34/3, pp. 345-368.
- Hoskisson R.E., Eden, L., Lau, M.C., Wright, M. (2000), Strategy in emerging economies, *The Academy of Management Journal*, 43/3, pp. 249-267.
- Hutchinson, J.W., Alba, J.W., Eisenstein, E.M. (2010), Heuristics and Biases in Data-Based Decision Making: Effects of Experience, Training, and Graphical Data Displays, *Journal of Marketing Research*, XLVII (August 2010), pp. 627-642.
- Ireland, R.D., Covin, J.G., Kuratko, D.F. (2009), Conceptualizing Corporate Entrepreneurship Strategy, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33/1, pp. 19-46.
- Itami, H. (1987), *Mobilizing Invisible Assets*, MA, Harvard University Press.
- Johanson, J., Vahlne, J.E. (1977), The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments, *Journal of International Business Studies*, 8/1, pp. 23-32.

- Johanson, J., Vahlne, J.E. (2009), The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsider-ship, *Journal of International Business Studies*, 40, pp. 1411-1431.
- Jones, G.R., Butler, J.E. (1992), Managing internal corporate entrepreneurship: an agency theory perspective, *Journal of Management*, 18/4, pp. 733-749.
- Jones, R., Rowley, J. (2011), Entrepreneurial marketing in small businesses: A conceptual exploration, *International Small Business Journal*, 29/1, pp. 25-36.
- Kagermann, H. (2015), *Change through digitization - Value creation in the age of Industry 4.0. Management of permanent change*, Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Kaplan, R.S., Norton, D.P. (1992), The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance, *Harvard Business Review*, 70/1, pp. 71-79.
- Khanna T., Palepu K. (1997), Why focused strategies may be wrong for emerging markets, *Harvard Business Review*, 75/4, pp. 41-51.
- Khanna, T., Palepu, K. (2010), *Winning in the Emerging Economies: A Road Map for Strategy and Execution*, Cambridge, MA, Harvard Business Press.
- Khanna, T., Palepu, K., Sinha, J. (2005), Strategies that fit emerging markets, *Harvard Business Review*, 83/6, pp. 63-76.
- Kirzner, I.M. (1973), *Competition and entrepreneurship*, Chicago, University of Chicago Press.
- Klein, S., Astrachan, J., Smyrnios, K. (2005), The F-PEC scale of family influence. Construction, validation and further implications for theory, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29/3, p. 321-339.
- Knight, F.H. (1921), *Risk, Uncertainty and Profit*, New York (2006 edition), Cosmo Inc..
- Koellinger, P. (2008), The relationship between technology, innovation, and firm performance-Empirical evidence from e-business in Europe, *Research Policy*, 37, pp. 1317-1328.
- Kotlar, J., De Massis, A., Frattini, F., Bianchi, M., Fang, H. (2013), Technology Acquisition in Family and Nonfamily Firms: A Longitudinal Analysis of Spanish Manufacturing Firms, *Journal of Product Innovation Management*, 30/6, pp. 1073-1088.
- Kotler, P., Lee N. (2005), *Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, Hoboken, NJ, John Wiley & Sons.

- Kraaijenbrink, J., Spender, J.C., Groen A.J. (2010), The Resource-Based View: A Review and Assessment of Its Critiques, *Journal of Management*, January, 36/1, pp. 349-372.
- Kreitner, R., Kinicki, A. (2006), *Organizational Behavior*, McGraw - Hill.
- Krueger, N.F., Brazeal, D.V. (1994), Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs, *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18/3, Spring, pp. 91-104.
- Lam, W., Harker, M. J. (2015), Marketing and entrepreneurship: An integrated view from the entrepreneur's perspective, *International Small Business Journal*, 33/3, pp. 321-348.
- Lawrence, P., Lorsch, J. (1967), *Organization and environment*. Cambridge, MA, Harvard Business School Press.
- Lessem, R. (1988), *Intrapreneurship*, Wilwood House, Aldershot.
- Levinthal, D.A., March, J.G. (1993), The myopia of learning, *Strategic Management Journal*, 14, pp. 95-112.
- Lichtenstein, B.B., Levie, J., Hay, M. (2007), *Stage Theory Is Dead! Long Live the New Stages Theory of Organizational Change* University of Massachusetts (UMass) Boston-College of Management, Working Paper 1017.
- Lipparini, A., Lorenzoni, G. (2000), *Imprenditori e imprese. Idee, piani, processi*, Bologna, Il Mulino.
- Luchsinger, V., Bagby, D.R. (1987), Entrepreneurship and intrapreneurship, *SAM Advanced Management Journal*, 52/3, pp. 10-13.
- Lumpkin, G.T., Dess, G.G. (1996), Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance, *Academy of Management Review*, 21/1, pp. 135-172.
- Luo, Y. (2003), Market-seeking MNEs in an emerging market: how parent-subsidiary links shape overseas success, *Journal of International Business Studies*, 34/3, pp. 290-309.
- Marchini, I. (2000), *Il governo della piccola impresa. La gestione delle funzioni*, Genova, Aspi/Ins- Edit.
- Marris, R. (1964), *The Economic Theory of Managerial Capitalism*, London, Macmillan.
- Massa, L., Tucci, C.L. (2014), Business model innovation, in Dodgson, M., Gann, D. M., Philips, N., *The Oxford Handbook of Innovation Management*, Oxford University Press.
- Matacena, A., Del Baldo, M. (a cura di) (2009), *Responsabilità sociale d'im-*

- presa e territorio. L'esperienza delle piccole e media imprese marchigiane*, Milano, Franco Angeli.
- Mazzoleni, A. (2008), *Controllo di gestione e performance aziendali nelle PMI. Analisi del contesto bresciano*, Milano, Franco Angeli.
- Merrifield, D.B. (1993), Intrapreneurial corporate renewal, *Journal of Business Venturing*, 8/5, pp. 383-389.
- Meyer, K.E., Estrin, S., Bhaumik, S.K. (2009), Institutions, resources, and entry strategies in emerging economies, *Strategic Management Journal*, 30, pp. 61-80.
- Minkes, A.L. (1987), *The entrepreneurial manager*, Harmondsworth, Penguin.
- Minkes, A.L., Foxall G.R. (1980), Entrepreneurship, strategy and organization: Individual and organisation in the behaviour of the firm, *Strategic Management Journal*, 1, pp. 295-301.
- Minkes, A.L., Foxall, G.R. (1982), The bounds of entrepreneurship: Inter-organisational relationships in the process of industrial innovation, *Managerial and Decision Economics*, 3, pp. 41-47.
- Minkes, A.L., Foxall, G.R. (2000), Thoughts on an old theme: Entrepreneurship and organization, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 1, pp. 85-89.
- Minkes, A.L., Nuttall, C.S. (1985), *Business behaviour and management structure*, London, Croom Helm.
- Mintzberg, H. (1973), *The Nature of Managerial Work*, New York, NY, Harper & Row.
- Mintzberg, H. (1996), *La progettazione dell'organizzazione aziendale*, Bologna, Il Mulino.
- Mintzberg, H. (1994), *The Rise and Fall of Strategic Planning*, New York, NY, Free Press.
- Montemerlo, D. (2000), *Il governo delle imprese familiari*, Milano, EGEA.
- Moore, G., Spence, L. (2005), Small and Medium Sized Enterprises and Corporate Social Responsibility: Identifying the Knowledge Gaps. Editorial, *Journal of Business Ethics*, 67, pp. 219-226.
- Moretti, A., Garzia, C. (2004), *Massimo Colombari e la Permasteelisa 1974-2002*, Isedi.
- Morrish, S.C., Miles, M.P., Deacon, J.H. (2010), Entrepreneurial marketing: Acknowledging the entrepreneur and customer-centric inter-relationship, *Journal of Strategic Marketing* 18/4, pp. 303-316.

- Musso, F., Francioni, B. (2014), International strategy for SMEs: criteria for foreign markets and entry modes selection, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 21, pp. 301-312.
- Musteen, M., Datta, D.K., Butts, M.M. (2014), Do international networks and foreign market knowledge facilitate SME internationalization? Evidence from the Czech Republic., *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38, pp. 749-774.
- Nacamulli, R. (1985), Introduzione. L'efficienza fra economia e organizzazione, in Nacamulli, R., Rugiadini, A. (a cura di), *Organizzazione e mercato*, Bologna, Il Mulino.
- Nacamulli, R., Rugiadini, A. (a cura di) (1985), *Organizzazione & Mercato*, Bologna, il Mulino.
- Nassimbeni, G., De Toni, A., Tonchia, S. (1993), L'evoluzione dei rapporti di subfornitura, *Sviluppo e Organizzazione*, 137.
- Ngugi, I.K., Johnsen, R.E., Erdélyi, P. (2010), Relational capabilities for value co-creation and innovation in SMEs, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17, pp. 260-278.
- Nijssen, E.D., Hillebrand, B., de Jong, J.P.J., Kemp, R.G.M. (2012), Strategic value assessment and explorative learning opportunities with customers, *Journal of Product Innovation Management*, 29, pp. 91-102.
- Nonaka, I., Takeuchi, H. (1995), *The Knowledge-Creating Company. How Japanese Companies Create The Dynamics of Innovation*, Oxford University Press.
- Normann R., Ramirez, R. (1993), From value chain to value constellation: designing interactive strategy, *Harvard Business Review*, July-August.
- Normann, R. (1977), *Le condizioni di sviluppo dell'impresa*, Milano, Etas.
- Normann, R. (1985), *La gestione strategica dei servizi*, Milano, Etas.
- Normann, R., Ramirez, R. (1994), *Designing Interactive Strategy. From Value Chain to Value Constellation*, Chichester, Wiley.
- Normann, R. (2002), *Ridisegnare l'impresa*, Milano, Etas.
- Oliva, R., Kallenberg, R. (2003), Managing the transition from products to services, *International Journal of Service Industry Management*, 14/2, pp. 1-10
- Ouchi, W. (1980), Markets, Bureaucracies and Clans, *Administrative Science Quarterly*, 25, March.

- Paiola, M., Saccani, N., Perona, M., Gebauer, H. (2013), Moving from products to solutions: Strategic approaches for developing capabilities, *European Management Journal*, 31, pp. 390-409.
- Penrose, E.T. (1959), *The Theory of the Growth of the Firm*, New York, John Wiley.
- Perkins, W.S., Rao, R.C. (1990), The Role of Experience in Information Use and Decision Making by Marketing Managers, *Journal of Marketing Research*, XXVII (February), pp. 1-10.
- Perrini, F., Pogutz S., Tencati, A. (2006), Corporate Social Responsibility in Italy: State of the Art, *Journal of Business Strategies*, 23/1, pp. 65-91.
- Perrini, F., Russo, A., Tencati, A. (2007), CSR Strategies of SMEs and Large Firms. Evidence from Italy, *Journal of Business Ethics*, 74/3, pp. 285-300.
- Peteraf, M. (1993), The cornerstones of competitive advantage: a resource-based view, *Strategic Management Journal*, 14/3, pp. 179-191.
- Peterson, R.A. (1981), *Entrepreneurship and organisation*. In Nystrom, P.C., Starbuck, W.H. (a cura di), *Handbook of organisational design*, Oxford: Oxford University Press., 1, pp. 65-83.
- Phelps, R., Adams, R., Bessant, J. (2007), Life cycles of growing organizations: A review with implications for knowledge and learning, *International Journal of Management Reviews*, 9/1, pp. 1-30.
- Piccardo, C. (1995), *Empowerment. Strategie di sviluppo organizzativo centrate sulla persona*, Milano, Raffaello Cortina Editore.
- Pinchot, G. (1985). *Intrapreneuring*. New York, NY, Harper & Row.
- Pittino, D., Visintin, F., Baù, M., Mazzurana, P.A.M. (2013), Collaborative technology strategies and innovation in family firms, *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 17/1, pp. 8-27.
- Porter, M. (1985), *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York, Free Press.
- Porter, M.E., Heppelmann, J.E. (2014), How Smart Connected Products are transforming competition, *Harvard Business Review*, 92 /11, pp. 64-88.
- Porter, M.E., Heppelmann, J.E. (2015), How Smart Connected Products are transforming companies, *Harvard Business Review*, 93/10, pp. 96-114.



- Preti, P. (1996), *Da un uomo solo al comando al gruppo dirigente. L'imprenditore, l'impresa, il cambiamento*, Milano, EGEA.
- Rabellotti, R., Carabelli, A., Hirsch, G. (2009), Italian industrial districts on the move: Where are they going?, *European Planning Studies*, 17/1, pp. 19-41.
- Rispoli, M. (2001), *Sviluppo dell'impresa e analisi strategica*, Bologna, Il Mulino.
- Romanello, R., Chiarvesio, M. (2017), Turning point: when born globals enter post-entry stage, *Journal of International Entrepreneurship*, 15/2, pp. 177-206.
- Ross, J. (1987), Corporations and entrepreneurs: paradox and opportunity, *Business Horizons*, 30/4, pp. 76-80.
- Rugiadini, A. (1983), *L'organizzazione nell'economia aziendale*, Milano, Giuffrè.
- Rullani, E. (1984), Teoria morfogenetica dell'impresa, in Rispoli M. (a cura di), *L'impresa industriale*, Bologna, Il Mulino.
- Rullani, E. (1999), Crescita e successione: la metamorfosi del capitalismo personale, *CUOA-Rivista*, 2
- Rullani, E. (2004a), *Economia della conoscenza. Creatività e valore nel capitalismo delle reti*, Roma, Carocci.
- Rullani, E. (2004b) *La fabbrica dell'immateriale. Produrre valore con la conoscenza*, Roma, Carocci.
- Rullani, E., Sebastiani, R., Corsaro, D., Mele C. (2014), *Sense-Making. La nuova economia del valore*, Milano, Franco Angeli.
- Rymaszewska, A., Helo, P., Gunasekaran, A. (2017), IoT powered servitization of manufacturing - an exploratory case study, *International Journal of Production Economics*, 192, pp. 92-105.
- Sarason, Y., Dean T., Dillardm J.F. (2006), Entrepreneurship as the nexus of individual and opportunity: A structuration view, *Journal of Business Venturing*, 21, pp. 286-305.
- Sarasvathy, S.D. (2001), Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency, *Academy of Management Review*, 26, pp. 243-288.
- Say, J.B. (1803), *Traité d'économie politique*, Paris: Calmann-Lévy Éditeur, 1972. Collection Perspectives de l'économie - Les fondateurs, 572.
- Scandura, T.A., Williams, E.A. (2000), Research methodology in management: Current practices, trends, and implications for future research, *Academy of Management Journal*, 43/6, pp. 1248-1264.

- Schilling, M.A., Izzo, F. (2017), *Gestione dell'innovazione*, McGraw-Hill.
- Schollhammer, H. (1981), The efficacy of internal corporate entrepreneurship strategies, in Vesper, K.H. (Ed.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Wellesley, MA, Babson College.
- Schollhammer, H. (1982), Internal corporate entrepreneurship, in Kent, C.A., Sexton, D.L., Vesper, K.H. (a cura), *Encyclopedia of Entrepreneurship*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ, pp. 209-29.
- Schumpeter, J.A. (1934), *The theory of economic development*, New Brunswick, NJ, Transaction.
- Senior, B., Fleming, J. (2004), *Organisational Change*, Prentice Hall.
- Shane, S. (2000a), *A general theory of entrepreneurship*, Celtenham, UK, Edward Elgar Publishers.
- Shane, S. (2000b), Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities, *Organization Science*, 11, pp. 448-469.
- Shane, S., Venkataraman, S. (2000), The promise of entrepreneurship as a field of research, *Academy of Management Review*, 25, pp. 217-226.
- Sharma, P., Chrisman, J.J. (1999), Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23/3, pp. 11-27.
- Sharma, S., Vredenburg, H. (1998), Proactive Corporate Environmental Strategy and the Development of Competitively Valuable Organizational Capabilities, *Strategic Management Journal*, 19/8, pp. 729-753.
- Shaver, K.G., Scott, L.R. (1991), Person, process, choice: The psychology of new venture creation, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16/2, pp. 23-45.
- Siu, W., Kirby, D.A. (1998), Approaches to small firm marketing. A critique, *European Journal of Marketing*, 32/1-2, pp. 40-60.
- Smith, A. (1776), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*.
- Sosna, M., Treviño-Rodríguez, R.N., Velamuri, S.R. (2010), Business Model Innovation through Trial-and-Error Learning, *Long Range Planning*, 43, pp. 383-407.
- Spector, B. (2007), *Implementing Organizational Change: Theory and Practice*, Prentice Hall.
- Spence, L.J., Schmidpeter, R. (2003), Smes, Social Capital and the Common Good, *Journal of Business Ethics*, 45/1-2, pp. 93-108.

- Spence, L.J., Schmidpeter, R., Habisch, A. (2003), Assessing Social Capital: Small and Medium Sized Enterprises in Germany and the U.K., *Journal of Business Ethics*, 47/1, pp. 17-29.
- Steenkamp, J.B.E.M. (2005), Moving out of the US silo: a call to arms for conducting international marketing research, *Journal of Marketing*, 69/4, pp. 6-8.
- Stevenson, H.H., Jarillo, J.C. (2007), A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management, in Cuervo, Á., Ribeiro, D., Roig, S. (a cura di), *Entrepreneurship*, Berlin, Heidelberg, Springer.
- Stopford, J.M., Baden-Fuller, C.W.F. (1994), Creating corporate entrepreneurship, *Strategic Management Journal*, 15/7, pp. 521-536.
- Tan, K.C., Kannan, V.R., Handfield, R.B. (1998), Supply chain management: supplier performance and firm performance, *International Journal of Purchasing and Material Management*, 34/3, pp. 2-9.
- Tardivo, G., Cugno, M. (2011), *Il sistema family business. UN patrimonio da valorizzare*, Milano, Franco Angeli.
- Tchokogué, A., Nollet, J., Gobeil, K. (2011), Supply structure: the pendulum in action, *Journal of Purchasing & Supply Management*, 17/3, pp. 148-157.
- Teece, D.J. (2010), Business Models, Business Strategy and Innovation, *Long Range Planning*, 43, pp. 172-194.
- Terziovski, M. (2010), Innovation Practice and Its Performance Implications in Small and Medium Enterprises (SMEs) in The Manufacturing Sector: a Resource-Based View, *Strategic Management Journal*, 31/8, pp. 892-902.
- Tolstoy, D. (2009), Knowledge combination and knowledge creation in a foreign-market network, *Journal of Small Business Management*, 47, pp. 202-220.
- Tolstoy, D. (2010), Network development and knowledge creation within the foreign market: a study of international entrepreneurial firms, *Entrepreneurship & Regional Development*, 22, pp. 379-402.
- Toninelli, P. (2006), *Storia d'impresa*, Bologna, Il Mulino.
- Tosi, H., Pilati, M., Rizzo, J.R., Mero, N.P. (2002), *Comportamento Organizzativo*, Milano, EGEA.
- Tukker, E. (2004), Eight types of product-service system: eight ways to sustainability? Experiences from SusProNet, *Business Strategy and the Environment*, 13/4, pp. 246-260.

- Tuli, K.R., Kohli, A.K., Bharadwaj, S.G. (2007), Rethinking Customer Solutions: From Product Bundles to Relational Processes, *Journal of Marketing*, 71, pp. 1-17.
- Tunisini, A., Bocconcelli, R. (2009), Reconfiguring supplier relationships between local and global: History matters, *Industrial Marketing Management*, 38/6, pp. 671-678.
- Tunisini, A., Dalli, D. (2007), Processi e competenze di marketing delle medie imprese italiane: opportunità e limiti per la crescita, *Mercati e competitività*, 2.
- Tylecote, A., Visintin, F. (2008), *Corporate Governance and the Technological Advantage of Nations*, London, Routledge.
- Ulanga, W., Chacour, S. (2001), Measuring Customer-Perceived Value in Business Markets: a Prerequisite for Marketing Strategy Development and Implementation, *Industrial Marketing Management*, 30/6, pp. 525-540.
- Vachon, S., Halley, A., Beaulieu, M. (2009), Aligning competitive priorities in the supply chain: the role of interactions with suppliers, *International Journal of Operations & Production Management*, 29/4, pp. 322-340.
- Valdani, E., Bertoli, G. (2010), *Mercati internazionali e marketing*, Milano, Egea.
- Van der Sluis, J., Van Praag, M., Vijverberg, W. (2008), Education and entrepreneurship selection and performance: a review of the empirical literature, *Journal of Economic Surveys*, December, 22/5, pp. 795-841.
- Van Praag, M., Versloot, P. (2007), What is the value of entrepreneurship? A review of recent research, *Small Business Economics*, 29/4, pp. 351-382.
- Vandermerwe, S., Rada, J. (1988), Servitization of business: adding value by adding services, *European Management Journal*, 6/4, pp. 314-324.
- Varaldo, R., Dalli, D., Resciniti, R. (2006), Marketing-non-marketing all'italiana: virtù, limiti e prospettive, in Andreani, J.C., Collese, U. (a cura di), *Atti del V Congresso Internazionale Marketing Trends*, Venezia, 20-21 gennaio.
- Varaldo, R., Dalli, D., Resciniti, R., Tunisini, A. (2009), *Un tesoro emergente. Le medie imprese italiane dell'era globale*, Milano, Franco Angeli.
- Vargo, S.L., Lush, R.F. (2004), Evolving to a New Services Dominant Logic, *Journal of Marketing*, 68, January, 1-17.

- Vescovi, T. (a cura di) (2011), *Libellule sul drago. Modelli di business e strategie di marketing per le imprese italiane in Cina*, Padova, Cedam.
- Vescovi, T., Vianelli, D. (2011), Cina, *Micro&Macro Marketing*, 3.
- Vesper, K.H. (1984), Three faces of corporate entrepreneurship", in Horaday. J.A. et al. (Eds), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Babson College, Wellesley, MA, 294-320.
- Vianelli, D., De Luca, P., Bortoluzzi, G. (2012), Distribution channel governance and value of 'Made in Italy' products in the Chinese market, in: Bertoli, G., Resciniti, R. (Eds.), *International marketing and the country of origin effect*, Cheltenham (UK), Edward Elgar Publishing.
- Vicari, S., (1992), Risorse aziendali e funzionamento d'impresa, *Finanza, Marketing e Produzione*, 3, pp. 127-151.
- Visintin, F., Pittino, D. (2016) (a cura di), *Fast growing new firms in a slow growth economy: Institutional conditions for innovation*, Edward Elgard Publishing.
- Vyakarnam, S., Bailey, A., Myers, A., Burnett, D. (1997), Towards an Understanding of Ethical Behaviour, *Small Firms Journal of Business Ethics*, 16/15, pp. 1625-1636.
- Wennberg, K., Nordqvist, M., Bau', M., Hellerstedt, K. (2010), Succession in private firms as an entrepreneurial process – A review and suggestions of new research avenues, *Ratio Working Papers*.
- Wennekers, S., Thurik, R. (1999), Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13/1, pp. 27-55.
- Wernerfelt, B. (1984), A resource-based view of the firm, *Strategic Management Journal*, 5, pp. 272-280.
- Westerlund, M., Leminen, S., Rajahonka, M. (2014), Designing business models for the internet of things, *Technology Innovation Management Review*, pp. 5-14.
- Workman J.P., Homburg C., Gruner K. (1998), Marketing Organization: An Integrative Framework of Dimensions and Determinants, *Journal of Marketing*, 62, July, pp. 21-41.
- Wright, M., Filatotchev, I., Hoskisson, R.E., Peng, M.W. (2005), Strategy Research in Emerging Economies: Challenging the Conventional Wisdom, *Journal of Management Studies*, 42/1, pp. 1-33.
- Yin, R.K. (2003), *Case Study Research: Design and Methods*, 3<sup>rd</sup> ed. Thousand Oaks, Sage Publications.

- Yli-Renko, H., Janakiraman, R. (2008), How customer portfolio affects new product development in technology- based entrepreneurial firms, *Journal of Marketing*, 72, pp. 131-148.
- Zahra, S.A., Neubaum, D.O., Huse, M. (2000), Entrepreneurship in medium-size companies: exploring the effects of ownership and governance systems, *Journal of Management*, 26/5, pp. 947-976.
- Zoltan J.A., Audretsch, D.B. (2005) (a cura di), *Handbook of Entrepreneurship Research. An Interdisciplinary Survey and Introduction*, Kluwer Publishing.
- Zott, C., Amitt, R. (2010), Business Model Design: An Activity System Perspective, *Long Range Planning*, 43, pp. 216-226.

## Hanno scritto nella Collana punto org

www.puntoorg.net

1. L.M. Sicca (a cura di)<sup>1</sup>, *Leggere e scrivere organizzazioni. Estetica, umanesimo e conoscenze manageriali* (con postfazione di F. Piro), 2010.
2. L.M. Sicca, *Alla fonte dei saperi manageriali. Il ruolo della musica nella ricerca per l'innovazione e per la formazione delle risorse umane*, 2012.
3. A. Di Scipio, *Pensare le tecnologie del suono e della musica* (con prefazione di R. Diana), 2012.
4. R. Musto, *Scienza Natura Cambiamento* (con prefazione di M. Nico-demi), 2012.
5. R. Musto, *Novalis. L'assoluto e le cose* (con prefazione di C. Albarella e postfazione di G. Imbruglia), 2013.
6. Aa.Vv.<sup>ii</sup>, *I linguaggi dell'organizzare. Musica e testo tra dono e disinteresse*, 2013.
7. B. Masiello, *Fiducia nelle reti. Strategie per la crescita nei mercati internazionali delle PMI* (con prefazione di F. Izzo), 2013.
8. Aa.Vv.<sup>iii</sup>, *Tavola rotonda. Umanesimo del management attraverso gli occhi dell'altro*, 2013.
9. M. Calcagno, *Narrare terre di mezzo. Management arte design* (con prefazione di S. Faccipieri e postfazione di A. Comacchio), 2013.
10. R. Diana, *Disappartenenza dell'Io. Filosofia e musica verso Samuel Beckett* (con prefazione di L.M. Sicca), 2014.

<sup>1</sup> Con scritti di Per Olof Berg e Kristian Kreiner, Robert W. Witkin, Barbara Czarniawska e Carl Rhodes, Ken Starkey e Sue Tempest, John Hendry, Karin Knorr Cetina.

<sup>ii</sup> Con scritti di Luigi Maria Sicca, Umberto di Porzio, Rosario Diana, Agostino Di Scipio, Mariella De Simone, Bernardo Maria Sannino, Chiara Mallozzi, Lorenzo Pone, Giancarlo Turaccio.

<sup>iii</sup> Con scritti di Luigi Maria Sicca, Francesco Izzo, Maura Striano, Giulia Dell'Aquila, Felice Casucci, Francesco Perillo, Rosario Diana, Paola Giampaolo, Davide Bizjak, Gilberto-Antonio Marselli, Franco Vitelli, Maria Rosaria Napolitano.

11. Aa.Vv.<sup>iv</sup>, Sergio Piro. *Maestri e allievi*, 2014.
12. F.D. Perillo (a cura di)<sup>v</sup>, *Impresa imperfetta*, 2014.
13. L.M. Sicca, L. Zan (a cura di)<sup>vi</sup>, *Management Arti Culture. Resoconto del primo anno del GSA - Accademia Italiana di Economia Aziendale*, 2014.
14. M. Iaccarino, *Un mondo assetato. Come il bisogno di acqua plasma la civiltà* (con prefazione di F.P. Casavola e postfazione di A. Giannola), 2015.
15. F. Piro, *Manuale di educazione al pensiero critico. Comprendere e argomentare* (con prefazione di T. De Mauro), 2015.
16. F. D'Errico, *Fuor di metafora. Sette osservazioni sull'improvvisazione musicale* (con prefazione di P. de Vita e postfazione di M. Maldonato), 2015.
17. E. Mollona, *Computer Simulation in Social Sciences. A Logic of Enquiry* (with a preface by L.M. Sicca, a foreword by G. Colombo and an afterword by D. Secchi), 2015.
18. S. Oliverio, L.M. Sicca, P. Valerio<sup>vii</sup>, *Transformare le pratiche nelle organizzazioni di lavoro e di pensiero* (con prefazione di G. Manfredi), 2015.
19. P. Valerio, C. Bertolazzi, P. Marcasciano (a cura di)<sup>viii</sup>, *Transformare l'organizzazione dei luoghi di detenzione. Persone transgender e gender nonconforming tra diritti e identità* (con prefazione di L.M. Sicca), 2016.

<sup>iv</sup> Con scritti di Giuseppe Cantillo, Tullio De Mauro, Aldo Masullo, Mariapaola Fimiani, Teresa Capacchione, Antonio Mancini, Roberto Beneduce, Enrico De Notaris, Fulvio Marone, Dario Stefano Dell'aquila, Luigi Maria Sicca, Francesco Piro.

<sup>v</sup> Con scritti di Pier Luigi Celli, Eugenio Mazzarella, Enzo Rullani, Luigi Maria Sicca, Francesco Varanini.

<sup>vi</sup> Con scritti di Stefano Baia Curioni, Paola Dubini e Ludovica Leone, Sara Bonini Baraldi e Luca Zan, Monica Calcagno e Luigi M. Sicca, Donata Collodi, Francesco Crisci e Andrea Moretti, Roberto Ferrari e Alessandro Hinna, Francesco Giaccari, Francesca Imperiale e Valentina Terlizzi, Daniele Goldoni, Pamela Palmi.

<sup>vii</sup> Con scritti di Anna Lisa Amodeo, Christian Ballarin, Davide Bizjak, Ilaria Boncori e Paolo Fazzari, Rossella Bonito Oliva, Simone Cangelosi, Marco De Giorgi, Guglielmo Faldetta, Vittoria Fiorelli, Stefano Maltese, Porpora Marcasciano, Piergiorgio Masi, Antonia Monopoli e Chiara Repetto, Andrea Morniroli, Edoardo Mollona, Cristiano Scandurra, Luca Solari, Maria Spanò, Maria Gigliola Toniollo.

<sup>viii</sup> Con scritti di: Paolo Valerio, Giuseppe Ferraro, Carmen Bertolazzi, Alexander Hochdorn, Porpora Marcasciano, Luca Chianura, Damiana Massara, Daniela A. Nadalin, Adriana Godano, Luca Chianura, Vittoria Colonna, Elia De Caro, Tito Flagella, Anna Lorenzetti.



20. M.R. Napolitano, V. Marino (a cura di)<sup>x</sup>, *Cultural Heritage e Made In Italy. Casi ed esperienze di marketing internazionale* (con prefazione di G. Volpe e postfazione di A. Mattiacci), 2016.
21. M. Lusiani, *Discourses of Planning* (with a preface by L. Zan and an afterword by A. Langley), 2016.
22. F.D. Perillo, *Simposio manageriale* (con prefazione di A. Masullo e postfazione di P.L. Celli), 2016.
23. P. Ferri, *I commissariamenti nel settore culturale italiano. Obiettivi, azioni, risultati* (con prefazione di L. Zan e postfazione di G. Grossi), 2016.
24. L. Pareschi, *Controcampo letterario. Strategie di intermediazione e accesso all'industria editoriale* (con prefazione di P. Dubini e postfazione di G. Colombo), 2016.
25. G.-A. Marselli, *Mondo contadino e azione meridionalista. L'esperienza del Gruppo Rossi-Doria a Portici* (con prefazione di E. Mazzetti e postfazione di F. Vitelli), 2016.
26. F. Accardi<sup>x</sup>, *Risk and Control Governance. A value-creation perspective* (with a preface by A. De Nicola; an introduction by V. Atella and an afterword by S. Bozzolan), 2017.
27. I. Boncori (ed.)<sup>x</sup>, *LGBT+ Perspectives. The University of Essex Reader*, (with a foreword by A. Forster), 2017.
28. A. Papa, "... Una cappella cavata dentro il monte...". *Storia minima del complesso monastico di S. Lucia al Monte* (con prefazione di L. d'Alessandro), 2017.

<sup>x</sup> Con scritti di Loretta Battaglia, Giuseppe Bertoli, Roberta Biantolino, Michelle Bonera, Enrico Bonetti, Mauro Cavallone, Elena Cedrola, Marta Cerquetti, Maria Chiarvesio, Anna Codini, Emanuela Conti, Eleonora Di Maria, Barbara Francioni, Antonella Garofano, Francesco Izzo, Giulia Lanzilli, Gaetano Macario, Giulio Maggiore, Francesca Magno, Vittoria Marino, Barbara Masiello, Michela Matarazzo, Alberto Mattiacci, Marta Maria Montella, Fabio Musso, Maria Rosaria Napolitano, Alessandro Pagano, Tonino Pencarelli, Giovanna Pegan, Michele Quintano, Riccardo Resciniti, Marcello Risitano, Angelo Riviezzo, Savino Santovito, Elisabetta Savelli, Michele Simoni, Annarita Sorrentino, Raffaella Tabacco, Donata Vianelli.

<sup>x</sup> Con scritti di Roberto Rosato, Nicoletta Mincato, Carlo Nicoletti, Paolo De Paolis, Alessandro Salibra Bove.

<sup>x</sup> Con scritti di Alison J. Taylor-Lamb, Jamie Raines, Thomas Currid and Carl Chandra, Martin Harrison and Peter Martin, Rainer Shulze, Fleur Jeans and Teresa Eade, Tuesday Wats, Amy Anderson, Sco Lawley.

29. R. Diana, L.M. Sicca, G. Turaccio<sup>xii</sup>, *Risonanze. Organizzazione, musica, scienze* (con prefazione di A. Strati e postfazione di A. Solbiati), 2017.
30. F. D'Errico, *Armonia funzionale e modalità. Rudimenti per l'improvvisazione a indirizzo jazzistico* (con introduzione di F. Piro e prefazione di R. Grisley), 2017.
31. M. Calcagno, *Interpreting Innovation. Design Creativity Art* (with a foreword by F. Izzo; preface by A. Moretti and an afterword by J. Metelmann), 2017.
32. G. Balirano, *Gardaí & Badfellas: The Discursive Construction of Organised Crime in the Irish Media* (with a foreword by L.M. Sicca), 2017.
33. M.C. Mason, A. Moretti, *Tattoo Management. Mercati, attori, valore*, 2017.
34. P. Testa, *Innovazione del modello di business. Le dimensioni latenti nella letteratura di management* (con prefazione di L. Cantone), 2017.
35. L. Massa, *Viva 'o re! Municipio e dintorni* (con introduzione di L.M. Sicca; prefazione di E. Borgonovi e postfazione di C. Mochi Sismondi), 2017.
36. F. Pavan, *Memini. Piccole storie di storia della musica* (con introduzione di E. Mazzarella; prefazione di R. Alessandrini e postfazione di V. Moroni), 2017.
37. C. Mallozzi, D. Tortora<sup>xiii</sup>, *La bottega del suono. Mario Bertoncini. Maestri e allievi* (con prefazione di M. Nicodemi e postfazione di L.M. Sicca), 2017.
38. G. Melis, *Collaborazione e apprendimento nei processi di co-creazione di valore. Il caso delle destinazioni turistiche* (con prefazione di M.R. Napolitano e postfazione di B. Argiolas), 2018.
39. G. Viglia, A.C. Invernizzi, *Il ruolo dell'hubris nella gestione imprenditoriale* (con prefazione di C. Mauri), 2018.

<sup>xii</sup> Con scritti di Davide Bizjak, Dario Casillo, Rosario Diana, Umberto Di Porzio, Agostino Di Scipio, Chiara Mallozzi, Mario Nicodemi, Lorenzo Pone, Rosalba Quindici, Sonia Ritondale, Tommaso Rossi, Bernardo Maria Sannino, Luigi Maria Sicca, Cristian Sommaiuolo, Giancarlo Turaccio, Paolo Valerio.

<sup>xiii</sup> Con scritti di Mario Bertoncini, Davide Bizjak, Gianmario Borio, Pietro Cavallotti, Andrew Culver, Francesco D'Errico, Charles de Mestral, Michelangelo Lupone, Chiara Mallozzi, Alessandro Mastropietro, Mario Nicodemi, Luigino Pizzaleo, Lorenzo Pone, Ingrid Pustijanac, John Rea, Bernardo Maria Sannino, Luigi Maria Sicca, Daniela Tortora.

40. T. Russo Spena, C. Mele, *Practising innovation. A Sociomaterial View* (with a foreword by E. Gummesson; preface by J. Spohrer and an afterword by P. Stampacchia), 2018.
41. I. Boncori, *Race, Ethnicity and Inclusion. The University of Essex Reader* (with a foreword by A. Forster and a postface by M. Śliwa), 2018.
42. K.E. Russo, *The Evaluation of Risk in Institutional and Newspaper Discourse. The Case of Climate Change and Migration* (with a preface by G. Bettini), 2018.
43. R. Pera, *When Consumers get Creative. Cocreation in the Individual and Collective Realm* (with a preface by D. Dalli), 2018.
44. F. Piro, L.M. Sicca, P. Maturi, M. Squillante, M. Striano (a cura di)<sup>xiv</sup>, *Sfide didattiche. Il pensiero critico nella scuola e nell'università* (con prefazione di F. Sabatini), 2018.
45. R. Quaglia, *Bravi ma basta! Su certe premesse, promesse e catastrofi culturali* (con introduzione di L.M. Sicca; prefazione di J. Mills e postfazione di F. Barca), 2018.
46. B. Czarniawska, *La narrazione nelle scienze sociali*, I edizione italiana a cura di L.M. Sicca, F. Piro, I. Boncori, 2018.
47. F. Longobardi, *Le affinità del lessico*, 2018.
48. G. Calogero, *L'abbicci della democrazia. E altri scritti*, a cura di R. Trombelli, con una testimonianza di G. Sasso, 2018.
49. V. Fiorelli (a cura di)<sup>xv</sup>, *Margini e confini. Attraversamenti di metodi e linguaggi tra comunicazione, didattica e possibilità della ricerca* (con prefazione di L. d'Alessandro), 2018.
50. G. Cundari, *Il mondo: una bella prigioniera? Riflessioni geografiche*, 2018.

<sup>xiv</sup> Con scritti di Maura Striano, Rosaria Capobianco e Maria Rita Petitti, Francesco Piro, Roberta Gimigliano, Monica Mollo, Gerarda Fattoruso, Maria Incoronata Fredella, Maria Grazia Olivieri, Massimo Squillante e Antonia Travaglione, Pietro Maturi, Fabio Maria Risolo, Luca Marano, Luigi Maria Sicca, Giuseppe Recinto, Mario Nicodemi, Chiara Mallozzi e Luigi Marolda, Luigi Proserpio, Davide Bizjak, Paolo Canonico, Stefano Consiglio, Ernesto De Nito e Teresa Anna Rita Gentile, Natascia Villani.

<sup>xv</sup> Con scritti di Giuliano Amato, Gianluca Bocchi, Massimo Abdallah Cozzolino, Diego Davide, Lucia Donsi, Amedeo Feniello, Vittoria Fiorelli, Luigi Manconi, Roberta Morosini, Gianmarco Pisa, Ciro Pizzo, Leopoldo Repola, Stefano Rodotà, Francesco Varanini.

51. M. Nicotra, *Il canto dei sireni. Invenzioni trans/singolari e psicoanalisi lacaniana* (con prefazione di A. Vicens e postfazione di P. Guazzo), 2019.
52. L. Marano, *Come parlano i giovani. Una indagine di sociolinguistica urbana* (con prefazione di P. Maturi), 2019.
53. M. Floris, R. Tronci, C. Dessì, A. Dettori, *Imprese familiari e imprenditorialità. La sfida del cambiamento* (con prefazione di F. Cabiddu), 2019.
54. T.T. Lennerfors, L. Mitchell (eds)<sup>xvi</sup>, SCOS. *Searching Collectively for Our Soul*, 2019.
55. Aa.Vv.<sup>xvii</sup>, *Lucio Sicca. Maestri e allievi*, 2019.
56. E. Sacerdote<sup>xviii</sup>, *Breviario sul pensiero strategico. Discorsi e percorsi per conquistare il futuro migliore*, 2019.
57. M.E. Santagati, L. Zan (a cura di)<sup>xix</sup>, *Imprenditorialità e settore museale. Esperienze e prospettive di cambiamento*, 2019.
58. F.D. Perillo, D. Bizjak, *L'impresa nello zaino. La Elmeco da vico San Liborio al mondo*, 2019.
59. F.D. Perillo, D. Bizjak, R.A. Tundo, *The Company in the Backpack. Elmeco's, from Vico San Liborio to the World*, 2019.
60. M. Castro Espín<sup>xx</sup>, *Persone transessuali a Cuba* (con prefazione di L.M. Sicca), 2019.

<sup>xvi</sup> Con scritti di *Beatriz Acevedo, Omar Aktouf, Noortje van Amsterdam, Per Olof Berg, Davide Bizjak, Ilaria Boncori, Jo Brewis, Peter Case, Patricia Ehrensals, Ken Ehrensals, Hugo Gaggiotti, Silvia Gherardi, Claes Gustafsson, Campbell Jones, Nina Kivinen, Monika Kostera, Kristian J Kreiner, Thomas Taro Lennerfors, Marcus Lindahl, Steve Linstead, Tomek Ludwicki, Takashi Majima, Laura Mitchell, Albert J. Mills, Jean Helms Mills, Luc Peters, Alf Rehn, Harriet Shortt, Luigi Maria Sicca, Antonio Strati, Sam Warren, Robert Witkin, Anthony R. Yue, Peter Zackariasson.*

<sup>xvii</sup> Con scritti di *Luigi Guatri, Giovanni Zanetti, Adriano Giannola, Franco Amatori, Renato Mele, Francesco Testa e Riccardo Mercurio; Enzo Rullani, Paolo de Vita, Salvatore Vicari, Luigi Cantone, Pierpaolo Testa e Vincenzo Basile; Marco Ferretti, Maria Rosaria Napolitano, Francesco Izzo, Enrico Bonetti, Antonio Capaldo, Paolo Calvoosa, Davide Bizjak.*

<sup>xviii</sup> Con scritti di *Stefano De Luca e Guido Solza.*

<sup>xix</sup> Con scritti di *Chiara Bombardieri, Paola Degli Esposti, Mariagabriella Fornasiero, Valentina Galloni, Alessandro Gazzotti, Claudia Giordani, Federica Guidi, Annalisa Managlia, Umberto Mossetti, Michele Recanatini, Elisa Schiavina, Stefania Spaggiari, Patrizia Tomba, Cinzia Vecchi.*

<sup>xx</sup> Con scritti di *Mario Bottone e Paolo Valerio; Christian Ballarin; Davide Bizjak*

61. G. van Wulfen, *Il viaggio verso l'innovazione. Un kit di strumenti visual per iniziare l'innovazione* (I edizione italiana a cura di M.V. Colucci, A. Forciniti, L. Migliola, L. Rossi), 2019.
62. P. Senge<sup>xxi</sup>, *La quinta disciplina: l'arte e la pratica dell'apprendimento organizzativo* (ed. 2006), (edizione italiana a cura di L.M. Sicca), 2019.
63. V. Basile, *Marketing Performance Measurement in Fmcg Share of Wallet in Retailing Industry* (with a foreword by L. Cantone), 2019.

e Cristiano Scandurra; Rossella Bonito Oliva; Giuseppe Burgio; Porpora Marcasciano; Mary Nicotra; Alessandra Riccio.

<sup>xxi</sup> Con scritti di Edoardo Mollona e Stefano Armenia; Nicola Andreottola, Simona Capecelatro, Davide Coppola; Sergio Barile e Francesca Iandolo; di Mariavittoria Cicellin e Stefano Consiglio; Corrado Cuccurullo; Vito Lasala, Paolo Canonico, Davide Bizjak; Marcello Martinez e Mario Pezzillo Iacono; Stefano Mazzoleni e Francesco Giannino; Mario Nicodemi; Francesco Perillo; Francesco Piro; Apollonia Striano.