

Indice

PREFAZIONE	9
INTRODUZIONE	11
1. LE ACQUISIZIONI	15
1.1 Vantaggio competitivo e performance d'impresa	15
1.2 Le strategie di crescita esterna	18
1.2.1 Gestione strategica e strategia d'impresa: necessità di cambiamento	18
1.2.2 I percorsi alternativi: crescita interna e crescita esterna	21
1.2.3 Le acquisizioni	22
1.3 La performance delle acquisizioni	26
1.3.1 Il processo di integrazione post acquisizione	26
1.3.2 I fattori che influenzano la performance delle acquisizioni	28
2. LE TEORIE DI RIFERIMENTO	31
2.1 Dalle risorse alla conoscenza: la Resource-Based View	31
2.2 Il contratto tra principale e agente: la Agency Theory	34
2.3 Dalla teoria alla gestione del processo di acquisizione	39
2.3.1 Integrare resource-based view e agency theory: un nuovo modello	41
2.3.2 Quanto è importante controllare il processo di acquisizione?	42
2.3.3 Il ricorso al private equity	45
2.4 Il modello di ricerca	48

3. CONTROLLO E FINANZIAMENTO DELLE ACQUISIZIONI	53
3.1. Il successo nelle operazioni di acquisizione	53
3.2. Un modello di acquisizione di successo	57
3.2.1. Il return on assets dell'acquisizione	63
3.2.2. Il premium savings dell'acquisizione	64
3.2.3. La sostenibilità strategica dell'acquisizione	68
3.3. I fattori che influenzano il successo dell'acquisizione	71
3.3.1. Il controllo del processo di acquisizione	71
3.3.2. Le modalità di finanziamento del processo di acquisizione	79
4. LE VARIABILI STRATEGICHE DI UN'ACQUISIZIONE	87
4.1. La diversificazione strategica (l'effetto settore)	87
4.2. La dimensione dell'acquisizione	93
4.3. L'esperienza acquisitiva	100
4.4. La presenza di un advisor	103
4.5. L'effetto periodo	107
5. VALORE E GESTIONE FINANZIARIA DELLE ACQUISIZIONI	111
5.1. La valutazione delle imprese	111
5.2. Le dimensioni delle performance di impresa	112
5.3. Il valore dell'impresa e la sua crescita	114
5.4. Il valore del capitale economico e il valore di mercato	115
5.5. La misurazione del valore dell'impresa	117
5.5.1. I metodi finanziari	118
5.5.2. Il metodo dei comparables	120
5.6. Motivi finanziari alla base delle acquisizioni	123
5.7. Motivi degli azionisti dell'azienda oggetto di vendita	124

5.8.	Termini di scambio	125
5.8.1.	Acquisto per contanti	125
5.8.2.	Scambio azione contro azione	126
5.8.3.	Effetto di portafoglio	127
5.9.	Considerazioni contabili nelle operazioni di fusione e acquisizione	127
5.10.	Offerte negoziate e offerte pubbliche di acquisto	129
5.11.	Offerte a premio e variazioni dei prezzi azionari	131
5.12.	Acquisizione di controllo in due fasi	132
6.	CONCLUSIONI	135
6.1	I presupposti strategici del successo di un'acquisizione	135
6.2	Discussione e implicazioni manageriali	137
	BIBLIOGRAFIA	141