

# **DINAMICA EVOLUTIVA DELL'IMPRESA IN CRISI. OPPORTUNITÀ E LIMITI (2005)**

**di Giancarlo Scozzese**

La crisi d'impresa rappresenta un tema centrale nell'evoluzione dei rapporti tra sistema industriale e commerciale da un lato, tra banche e mercati finanziari dall'altro.

Individuare le regole del gioco che un Paese si dà per affrontare un evento incerto e patologico quale la crisi d'impresa è importante per un duplice motivo: perché esse influiscono sul livello e sulla distribuzione dei cosiddetti costi irrecuperabili e perché condizionano con certezza lo svolgimento quotidiano e fisiologico della vita aziendale (ad es. le modalità con cui l'azienda riesce a reperire capitale di rischio e di credito e fattori produttivi, lavoro incluso).

Nella vita di ogni impresa esiste come evento probabile quello della morte economica; tale evento provoca costi irrecuperabili, che possono toccare diritti e interessi di tutti coloro che, a vario titolo e con varia intensità, sono a contatto con l'impresa stessa: azionisti, manager, banche, fornitori, lavoratori, tutori del bene pubblico. Tali costi sono provocati dal fatto che la liquidazione di un'azienda previene future distruzioni di reddito, ma è essa stessa cancellazione di ricchezza, esistendo investimenti che non potranno essere recuperati.

Ugualmente importante è individuare le condizioni economiche, finanziarie e giuridiche che rendono possibile - e quindi auspicabile dal punto di vista del benessere sociale - un efficiente risanamento. Il rapporto tra regole del gioco per le crisi e soluzioni di risanamento è infatti assai stretto, non fosse altro perché gli incentivi dei diversi attori coinvolti nelle ipotesi di risanamento sono fortemente condizionati dai pay off ottenibili nella situazione alternativa, vale a dire di crisi.

## **L'AUTORE**

Giancarlo Scozzese, laureato in Economia, ha conseguito la specializzazione in Management delle Risorse Umane e il Dottorato di Ricerca in Economia e Finanza nel Governo dell'Impresa presso il Dipartimento di Scienze della Gestione d'Impresa. È consulente aziendale, docente e coordinatore scientifico di master in Marketing Management, ricercatore presso l'Osservatorio Permanente sul Franchising, docente a contratto in Economia e gestione delle imprese presso l'Università "Guglielmo Marconi", in Economia e tecnica della comunicazione presso l'Università degli Studi di Cassino e in Teoria e tecnica del commercio internazionale presso l'Università per Stranieri di Perugia.

Dal 1998 collabora in qualità di assistente e cultore della materia con le cattedre di Marketing, di Economia e Gestione delle Imprese I e II e di Economia e Gestione delle imprese commerciali presso la Facoltà di Economia dell'Università degli studi di Roma "La Sapienza".

