

# Antonio Majocchi-PMI familiari: la via maestra per l'internazionalizzazione

 [nuvolemercati.it/2021/02/22/antonio-majocchi-pmi-familiari-la-via-maestra-per-linternazionalizzazione/](https://nuvolemercati.it/2021/02/22/antonio-majocchi-pmi-familiari-la-via-maestra-per-linternazionalizzazione/)

February 21, 2021



**Le imprese familiari** non godono nella letteratura economica di buona fama. In un lavoro molto conosciuto e citato in letteratura due noti economisti, Bloom e Van Reenen, ad esempio affermano che: “... *family ownership of firms, restricting management practices, and informational barriers allow bad management to persist.*” Per questi economisti, la **proprietà familiare è una barriera all'adozione di *best practice* manageriali.**

Ma è corretto affermare che le imprese familiari in generale e le **PMI familiari in particolare sono meno competitive ed un freno allo sviluppo?** La questione non è solamente accademica, ma ha una rilevanza empirica particolarmente significativa per **l'economia italiana dove una larga quota di imprese medio-piccole è tuttora a proprietà familiare.** Se la proprietà familiare costituisse un ostacolo all'innovazione manageriale allora questa sarebbe una cattiva notizia per l'economia italiana, già messa a dura prova dalla pandemia in corso. In realtà, in uno studio recente condotto con altri colleghi sull'export delle PMI europee familiari (*The myth of the stay-at-home family firm: How family-managed SMEs can overcome their internationalization limitations*, JF Hennart, A Majocchi, E Forlani, *Journal of International Business Studies*, 2019, 758-782) abbiamo dimostrato come l'aggregato delle imprese familiari di piccola e media dimensione sia molto eterogeneo: con imprese molto competitive accanto a imprese che sono invece effettivamente meno dinamiche. Ma quali sono le PMI familiari più

competitive sulla scena internazionale? Il lavoro dimostra che il profilo delle **imprese familiari che hanno più successo è quello delle imprese che seguono strategie “globali di nicchia”**. Queste imprese si presentano sui mercati internazionali facendo leva sui punti di forza delle imprese familiari: **tradizione, alta qualità dei prodotti e dei servizi, relazioni stabili con fornitori e clienti, focalizzazione su fasce di mercato molto specifiche ma ampie in termini geografici**. Lo studio mostra che le PMI che puntano su queste strategie hanno livelli di performance sui mercati esteri simili a quelli delle imprese con differenti assetti proprietari e che questo è vero, non solo in Italia, ma in tutti i principali paesi europei. Le PMI familiari hanno quindi chance sui mercati internazionali, ma per avere successo devono seguire strategie adatte alle loro caratteristiche: **è questa la sfida che le Pmi italiane dovranno affrontare negli anni post-pandemia**.