

## NUOVE PROSPETTIVE PER LA STORIA D'IMPRESA

Amedeo Lepore<sup>1</sup>  
alepore@fastwebnet.it

Università "Aldo Moro"

fecha de recepción: 04/10/2010  
fecha de aceptación: 19/11/2010

### Resumen

La historia de la empresa es una disciplina abierta que puede incluir, además de las cuestiones relacionadas con la evolución de la economía, las empresas, el mercado y el mundo empresarial, otros ámbitos institucionales, culturales y sociales relacionados con los acontecimientos contemporáneos como resultado de un largo proceso de industrialización. La primera revolución industrial se inició a finales del siglo XVIII, seguida por una profunda transformación industrial que tuvo lugar en la segunda mitad del siglo XIX, la industrialización masiva del siglo XX y el nuevo escenario post-fordista del siglo XXI son los hitos históricos de un fenómeno que ha acompañado las diferentes etapas de desarrollo y la economía mundial durante el período que se caracterizó por la supremacía de la producción capitalista. En resumen, la historia de la empresa es un elemento esencial, en términos de calidad, para la comprensión de la estructura económica de un país desde una perspectiva dinámica y un punto de vista comparativo.

No es sorprendente que, a comienzos del siglo XX la historia de la empresa saltó de los Estados Unidos en relación con el modelo del "big business", como un análisis y un profundo examen de la actividad, incluso de un aspecto crítico, se dirigió a algunos tipos de desarrollo y estrategias de la empresa. Como está escrito por Alfred D. Chandler: «La historia de la empresa apareció por primera vez como distinguible sub-campo de la historia económica a finales de los 1920 y en los 1930. Su predecesor, la historia económica, se convirtió en una disciplina identificable sólo unos años antes». La primera Cátedra de Historia de la Empresa se activó en 1927 en la Harvard Business School, y fue cubierta hasta mediados del siglo pasado por Norman SB Gras, que se ha decidido dividir la historia de la empresa en seis periodos diferentes: "Pre-business capitalism", "Petty capitalism", "Mercantile capitalism", "Industrial capitalism", "Financial capitalism", "National capitalism". Después de la Segunda Guerra Mundial, Joseph Schumpeter y Arthur H. Cole han fundado el Center for Research in Entrepreneurial History, donde especialistas como Alfred D. Chandler, Thomas Cochran y Landes David fueron capacitados. Ellos estuvieron involucrados en

<sup>1</sup> Dipartimento di Studi Europei Giuspubblicistici e Storico-Economici. Università "Aldo Moro" di Bari, Facoltà di Economia, Via Camilo Rosalba, n. 53, 70124-Bari.

el análisis de la iniciativa empresarial, la relación entre empresas y la sociedad, el papel de la innovación, la relación entre estrategia y estructura, y la capacitación para las organizaciones. Por lo tanto, la experiencia de Estados Unidos sirvió como marcador de pauta en muchos otros Países, donde la historia de la empresa había conocido una amplia difusión de la segunda mitad del siglo pasado.

La posibilidad de utilizar archivos corporativos de una manera sistemática ha comenzado a entrar en vigor en Alemania desde 1907, cuando el Archivo de Renania-Westphalisch se estableció. Esto se ha convertido en un punto de referencia para la apertura de instituciones similares en muchos Países. En términos generales, las fuentes para la historia de la empresa se pueden dividir en cuatro tipos diferentes: los generados por la propia empresa –clasificada en primaria y secundaria–, las originadas fuera de la empresa –por ejemplo, las instituciones públicas, sindicatos y asociaciones– y las fuentes orales. La metodología tradicional de investigación en Historia de la Empresa se centra en el uso de las fuentes principales, representadas, sobre todo, de los archivos de empresas. El advenimiento de la "sociedad de la información", no sólo se centra en el cambio de paradigmas tradicionales económico, sino también un profundo replanteamiento de la producción científica, y la distribución del conocimiento. La introducción y el uso de fuentes electrónicas no es un mero efecto de sustitución de antiguos instrumentos, sino una ayuda extraordinaria para seguir avanzando en una disciplina como la historia de la empresa. Estas técnicas y tecnologías innovadoras son una realización y mejora de las fuentes tradicionales, además, desean que se convoque, por supuesto, la apertura a nuevas y más amplias experiencias de estudio e investigación, especialmente en el lado comparativo y la escala global, ofreciendo un conjunto de herramientas, texturas y materiales de gran importancia para la disciplina.

Refiriéndose a las oportunidades que ofrecen estas directrices innovadoras, existe la posibilidad de identificar una ruta totalmente nueva, muy útil para la historia de la empresa. El modelo de difusión de la llamada "long tail", es decir, una herramienta que puede proporcionar una nueva clave interpretativa para la comprensión de la transición de la sociedad fordista a la "post-industrial", representa una importante oportunidad para examinar el fenómeno de la evolución de empresas, utilizando las últimas fuentes, tales como electrónica. En cualquier caso, el camino está trazado, la apertura de nuevas perspectivas de estudio de diferentes temas de la historia de la empresa, una disciplina que viene desde lejos, pero muy actual y con la intención de dibujar un futuro no muy corto.

**Palabras clave:** Historia de la empresa; Grandes empresas y el mercado de masas; Archivos de empresa; Metodología tradicional; Nuevas metodologías para la investigación; Internet; Historia de la empresa en la red; Innovación abierta; "Long tail".

## Abstract

Business history is an open discipline that can include, in addition to the issues related to the evolution of economy, enterprises, market and business world, other institutional, cultural and social areas related to contemporary events resulting from the long process of industrialization. The first industrial revolution started at the end of the 18th century, followed by a profound industrial transformation that took place in the second half of the 19th century, the mass industrialization of the 20th century and the new post-Fordist scenario of the 21st century are the historical milestones of a phenomenon that has accompanied the various stages of development and the world

economy over the period characterized by the supremacy of capitalist production. In short, Business History is an essential element in terms of quality for understanding the economic structure of a country from a dynamic and comparative point of view.

Not surprisingly, early in the 20th century Business History sprang out from the United States in relation to the "big business" model, as an analysis and in-depth examination activity, even of a critical aspect, addressed to some kinds of development and business strategies. As written by Alfred D. Chandler: «Business History appeared first as a distinguishable sub-field of economic history in the late 1920s and the 1930s. Its parent, economic history, became an identifiable discipline only a few years earlier». The first Chair of Business History was activated in 1927 at the Harvard Business School, and was covered until the middle of last century by Norman S. B. Gras, who used to divide Business History in six different periods: "Pre-business capitalism", "Petty capitalism", "Mercantile capitalism", "Industrial capitalism", "Financial capitalism", "National capitalism". After World War II, Joseph Schumpeter and Arthur H. Cole founded the Center for Research in Entrepreneurial History where scholars like Alfred D. Chandler, Thomas Cochran and David Landes were trained. They were involved in the analysis of entrepreneurship, the relationship between business and society, the role of innovation, the relationship between strategy and structure, and the training for the organizations. Therefore, the American experience served as a pacesetter in many other countries, where Business History had known a large diffusion from the second half of last century.

The possibility to use corporate archives in a systematic way has started to become effective in Germany as from 1907, when the Rheinisch-Westphälisch Archiv was established. This has become a point of reference for the opening of similar institutions in many countries. In general terms, sources for Business History can be divided in four different types: those generated by the company itself –classified into primary and secondary–, those originated outside the enterprise –for example, public institutions, trade unions and associations– and oral sources. The traditional methodology of research in Business History focuses on the use of major sources, represented, above all, from business archives. The advent of "information society", not only focused on changing traditional economic paradigms, but also a profound rethinking of scientific, manufacturing and distribution of knowledge. The introduction and use of electronic sources is not a mere effect replacement of old tools, but an extraordinary help for further advancing a discipline such as Business History. These innovative techniques and technologies are a completion and improvement of traditional sources, in addition, they favor, of course, openness to new and wider experience of study and research, especially on the side comparative and global scale, offering a set of tools, textures and materials of great significance for the discipline.

Referring to the opportunities provided by these innovative guidelines, there is the possibility of identifying a route entirely new, very useful for Business History. The diffusion model of the so-called "long tail", i.e., a tool that can provide a new interpretative key for understanding the transition from Fordist society to the "post-industrial", represents a significant opportunity to examine the phenomenon of evolution of companies, using the latest sources, such as electronic. In any case, the path is traced, opening new perspectives of study for many different themes of Business History, a discipline coming from afar, but very current and intended to draw a not short future.

**Keywords:** Business history; Big business and mass market; Business archives; Traditional methodology; New methodologies for research; Internet; Business history on the web; Open innovation; Long tail.

## 1. Premessa

La Storia d'impresa, pur non avendo una definizione univoca o generalmente riconosciuta, è una disciplina aperta, in grado di comprendere, oltre ai temi riguardanti l'evoluzione dell'economia, delle imprese, del mercato e del mondo degli affari, anche altri settori del contesto istituzionale, culturale e sociale, legati alle vicende contemporanee scaturite dal lungo processo di industrializzazione. Come è stato sottolineato da Joseph Schumpeter, con una valutazione troppo spesso trascurata dagli studi più recenti, la Storia rappresenta uno strumento essenziale per lo studio dell'impresa e dell'imprenditorialità: "Economic historians and economic theorists can make an interesting and socially valuable journey together, if they will. It would be an investigation into the sadly neglected area of economic change" (Schumpeter, 1947). Secondo l'impostazione di questo articolo, l'impiego estensivo della metodologia storica (ovvero, di quella comparativa) costituisce un tassello fondamentale per l'analisi dell'impresa, dell'entrepreneurship e della sua dinamica. È la natura stessa dell'iniziativa imprenditoriale –in relazione all'incertezza di definizione della fase preparatoria dell'impresa, alla prospettiva di lungo termine della sua attività e alla diversificazione del suo carattere da luogo a luogo, oltre che nel corso del tempo– che fa risaltare l'importanza essenziale di una visione storica per lo studio dell'impresa e del suo funzionamento all'interno del sistema capitalistico.

La prima rivoluzione industriale iniziata alla fine del XVIII secolo, la successiva profonda trasformazione industriale della seconda metà del XIX secolo, l'industrializzazione di massa del XX secolo e il nuovo scenario post-fordista del XXI secolo sono i capisaldi storici cui ancorare le svolte di un fenomeno, che ha accompagnato le diverse fasi di sviluppo dell'economia mondiale e dell'impresa, nell'arco di tempo caratterizzato dalla preminenza dell'assetto di produzione di tipo capitalistico. Nel corso di questo lungo periodo, l'impresa è passata dall'iniziale e, poi, sempre più esteso sistema di fabbrica, localizzato nei grandi centri urbani e legato ai settori tradizionali della produzione; ad una configurazione strutturale sempre più complessa, all'interno della quale si sono affermati, anche grazie a nuove forme di intervento dello Stato, i settori metallurgico, meccanico, chimico ed elettrico, insieme ad un primo cambiamento epocale dei mezzi di comunicazione, di trasporto e di commercializzazione di beni e servizi; ad una crescita consistente delle capacità produttive, con la nascita dei mercati di massa e del "big business" negli Stati Uniti d'America e la loro successiva diffusione in Europa, nell'epoca della golden age; alla ulteriore profonda modifica dell'assetto capitalistico, promossa dal processo di globalizzazione più recente e dalla rivoluzione delle ICT, con la formazione di una new economy e, soprattutto, con lo spostamento progressivo verso una moltitudine di mercati di nicchia, che ha caratterizzato il nuovo mutamento dimensionale del cosiddetto "quarto capitalismo" (Amatori, 2008). Non si intende negare che nelle epoche precedenti alla rivoluzione industriale si siano verificati significativi eventi o siano esistite anche strutture e settori di rilevante valore per la Storia d'impresa, ma si vuole affermare che il *focus* centrale per la crescita di questa materia è rappresentato dallo sviluppo del sistema capitalistico, nell'ambito dell'industria, dell'agricoltura, dei servizi, della contabilità e della finanza. In sintesi, la Storia d'impresa costituisce un elemento imprescindibile, dal punto di vista qualitativo, per la conoscenza del tessuto economico di un Paese, in chiave dinamica e comparativa. In questo contesto, come ha indicato Alfred Chandler: «The historian has at least two exacting and exciting challenges. One is that of

relating specific human events and actions to the ever-changing broader economic, social, political and cultural environment. A second is the development of generalizations and concepts which, although derived from events and actions that occur at a specific time and place, are applicable to other times and places, and are, therefore, valuable as guideposts for or as tools of analysis by other historians as well as economists, sociologists, anthropologists and other scholars. They may even be of interest to the informed general public and of some use to actors in contemporary political, social or cultural dramas. But before such challenges can be met, data are needed. The first step must be detailed description of the actors and their actions; and for business history that means, of course, of businessmen and businesswomen and the enterprises they managed. If descriptions are carefully related to the larger scene, then the second challenge can be taken up. Only after the accumulation of a multitude of case-studies can generalizations and concepts which are not tied to a specific time and place be induced» (Chandler, 1984).

## 2. Le origini e la diffusione della disciplina

La Storia d'impresa è sorta, non a caso, negli Stati Uniti, in riferimento all'affermazione del modello del "big business", nei primi decenni del Novecento, come attività di analisi e di approfondimento, anche di carattere critico, rivolta alle forme di sviluppo e alle strategie delle imprese. Come ha scritto Alfred Chandler: «Business history appeared first as a distinguishable sub-field of economic history in the late 1920s and the 1930s. Its parent, economic history, became an identifiable discipline only a few years earlier. In the United States, and in Britain too, economic history was rooted more in the discipline of history than in that of economics. Economists interested in institutional change did write impressive historical studies» (Chandler, 1984, 4). Uno dei due fondatori della disciplina, Edwin F. Gay, partiva da un background strettamente connesso alla Storia Economica e riteneva che la Storia d'impresa dovesse fornire gli elementi per una comprensione essenziale dei processi di sviluppo economico. In questo quadro, tuttavia, si sono sviluppati i primi esempi di business school, come centri di studio e di formazione nelle materie connesse alla gestione aziendale, a cominciare dal Management e dal Marketing. La prima cattedra di Business History (Isidor Straus Chair) fu attivata nel 1927, presso la Harvard Business School, e venne ricoperta, fino alla metà del secolo scorso, da uno studioso, come Norman S. B. Gras, l'altro fondatore della Storia d'impresa, propenso – a differenza di Gay, di cui pure era stato allievo – all'impiego di una metodologia di tipo induttivo e all'analisi evolutiva di casi specifici di impresa. Secondo la sua impostazione, la disciplina si fondava sulla elaborazione, sia pure in forma pionieristica, di biografie degli imprenditori e di storie aziendali, attraverso l'impiego di documentazioni personali o societarie: solo dopo la raccolta di una larga massa di case studies da parte degli studiosi, si sarebbero potute sviluppare generalizzazioni di tipo teorico. Tuttavia, l'orientamento di Gras, che suddivideva la Storia d'impresa in sei diversi periodi – "Pre-business capitalism", "Petty capitalism", "Mercantile capitalism", "Industrial capitalism", "Financial capitalism" e "National capitalism" (Gras, 1939) –, ha contribuito, a causa della sua visione tradizionalista, a mantenere la disciplina in uno stato di isolamento, anche rispetto alle altre scienze sociali. Questo stesso orientamento di studio fu retto, in Gran Bretagna, all'inizio degli anni cinquanta del secolo scorso, da Charles Wilson, i cui case histories, insieme a quelli di Gras,

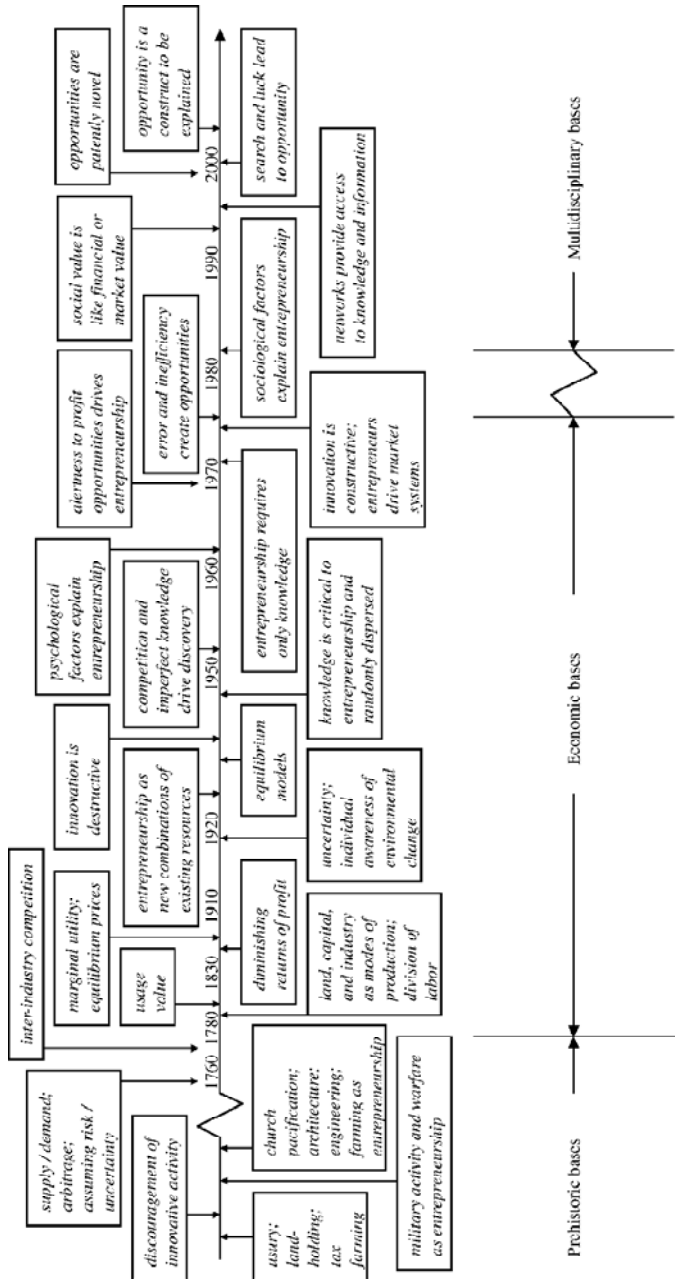
hanno continuato a rappresentare a lungo una fonte di conoscenza fondamentale per la Storia d'impresa.

Nel secondo dopoguerra, Joseph Schumpeter, come ispiratore, e Arthur H. Cole, come guida, diedero vita al Center for Research in Entrepreneurial History, nel cui ambito si sono formati studiosi del calibro dello stesso Alfred Chandler, di Thomas Cochran e di David Landes, occupandosi dell'analisi dell'imprenditorialità, del rapporto tra impresa e società, del ruolo dell'innovazione, della relazione tra strategia e struttura, della formazione delle organizzazioni. In questo modo, si voltava pagina, andando ben oltre l'analisi di semplici case studies e avvicinandosi alle scienze sociali, in particolare alla sociologia, a partire proprio dall'evoluzione della disciplina d'oltreoceano: «Our post-war generation could have learned much from observing how Commons's concepts of legal rights and of economic transactions permitted him to generalize about economic processes and how Mitchell and later Schumpeter used their massive data to generalize about the dynamics of business cycles. In the late 1940s, however, the institutionalists were out of favour among economists. The driving edge of their discipline was in the new Keynesian macroeconomic analyses and the new mathematical techniques of econometrics. Historians dealing with complex human actions found both the new approaches and the methods of the economists difficult to apply. Too often such quantitative techniques demanded the isolation of a relatively small number of quantifiable variables, an isolation which distorted the reality of the situation under analysis. In micro-economics, for example, the business enterprise continued to be defined primarily as a unit of production (that is, a factory), one that responded dutifully to the motive of profit maximization, rather than as a complex human organization that co-ordinated productions with distribution, finance and changing technology. The theory of the firm remained a theory of production. And in econometrics, individuals –their thought and action– simply disappeared from the scene. On the other hand, in the late 1940s other social sciences, particularly sociology, had much to offer younger historians seeking to do something with their case-studies. In sociology the thought and action of individuals still remained at the centre of analysis. In observing men and women at work at play, sociologists had generated valuable ideas about the structure and process of human organizations and action. They had demonstrated that such generalizations, typologies and concepts need not be tied to a specific time, place or culture» (Chandler, 1984, 8).

Questa svolta, che si è concentrata sui processi istituzionali, oltre che sulle strutture e sulle funzioni, facendo parlare di un "new institutionalism", ha favorito l'inserimento di specifici casi di studio in una più ampia prospettiva storica, fondata sull'evoluzione del contesto in cui operava l'impresa, e, al tempo stesso, ha dato impulso alla diffusione di nuove generalizzazioni teoriche, che risentivano dell'influenza anche di altre discipline. La novità di questo orientamento, che conservava le tipologie e le fonti abituali, stava nell'adozione di un metodo comparativo, in grado di esaminare e mettere a confronto le vicende di una varietà di soggetti istituzionali, imprenditori e imprese. Il motore di questa attività di indagine era rappresentato dalle imprese di maggiori dimensioni, che proprio negli Stati Uniti erano sorte e si erano largamente diffuse, diventando la principale caratteristica di quel sistema.

Una recentissima pubblicazione (Landes, Mokyr e Baumol, 2010), fornisce un affresco molto ampio e significativo della Entrepreneurial History, con particolare riferimento al suo sviluppo nei Paesi più avanzati. Inoltre, un quadro di sintesi dell'evoluzione della materia, dal punto di vista teorico, è offerto dal seguente schema grafico.

Grafico 1. Timeline della history of entrepreneurial thought



Fonte: Murphy, Liao e Welsch (2006, 12-35).

Tuttavia, con l'opera di Alfred Chandler su *Strategia e Struttura* (Chandler, 1962), lo studio delle esperienze d'impresa si collegava ai principi dell'innovazione organizzativa e alla teoria economica, adottando un modello diverso da quello centralizzato e funzionalista della U-form, come quello manageriale, decentrato e multidivisionale della M-form. Inoltre, la visione dell'importanza cruciale della grande impresa manageriale, sviluppata, in particolare, nel volume sulla *Mano Visibile* (Chandler, 1977), ha costituito un'altra pietra miliare della disciplina, che ha dominato sulla scena della ricerca statunitense in Storia d'impresa fino agli anni ottanta del secolo scorso. Come è stato evidenziato, a proposito di Chandler: «Unquestionably he was the scholar who gave an academic and scientific consistency to business history. In 1997, Richard John (...) half seriously wrote that, in business history circles, BC means "Before Chandler". Indeed, before Chandler, business history was an isolated discipline, totally unconsidered by historians and by economists (...). Thanks to Chandler's methodology (with its sharp focus on the entrepreneurial actions that gave birth to big business and a wide comparison with research on hundreds of companies) it was possible to make generalizations that were indispensable reference points not only for business historians but also for scholars in other disciplines» (Amatori, 2009a, 18).

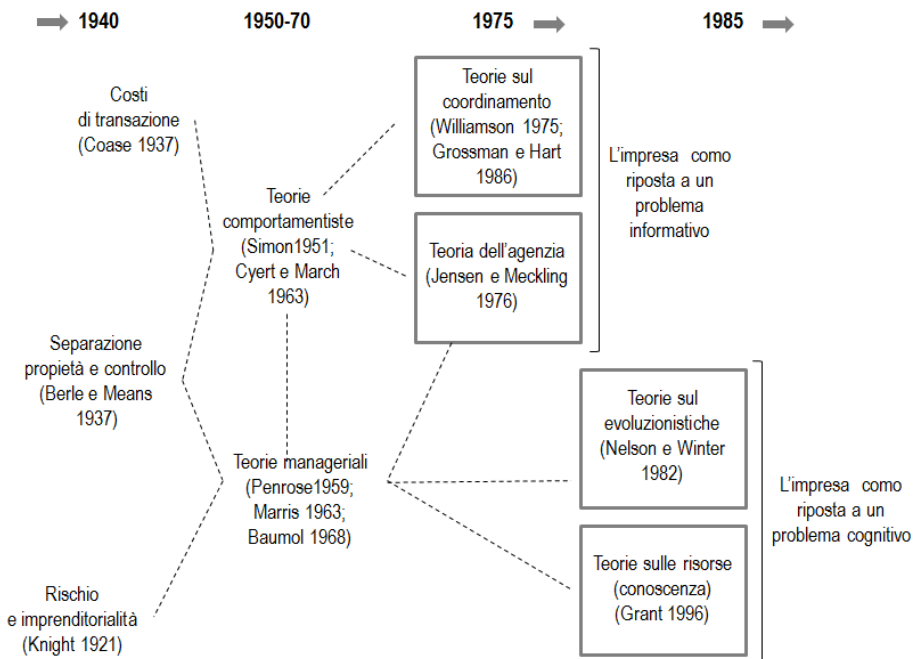
La critica all'impostazione di Chandler si è concentrata, specialmente da parte di studiosi come Charles Sabel e Jonathan Zeitlin, sulla distinzione da lui operata tra le imprese e il contesto in cui agivano, oltre che sulla sua scelta di mantenere una rigida ripartizione tra i diversi periodi evolutivi della materia. Negli ultimi trentacinque anni, durante quella che è stata definita l'era post-chandleriana, si è accresciuto l'impiego di nuovi strumenti, come quelli offerti dalla teoria dell'agenzia di Michael C. Jensen e William H. Meckling e dalla teoria economica dei costi di transazione di Oliver E. Williamson, che ha ripreso le analisi precedenti di Ronald Coase. In questo quadro, va considerato che, nel corso degli anni novanta del secolo scorso, con il passaggio dell'impresa manageriale a forme più specializzate e sempre meno integrate verticalmente di attività, il paradigma chandleriano ha perduto forza ed è stato sostituito progressivamente dall'interesse per una nuova tipologia di Storia d'impresa "economically informed". Il nuovo paradigma della Storia d'impresa si è dovuto orientare verso i grandi cambiamenti in corso in questi ultimi decenni, che hanno riguardato il processo di globalizzazione, le relazioni tra l'impresa, la società e la cultura, l'imprenditorialità e l'analisi delle reti d'impresa.

Il fenomeno della globalizzazione ha dato impulso ad una dimensione dilatata internazionalmente dell'impresa, espressione del peso crescente di Paesi emergenti come la Cina, l'India e il Brasile, più che della grande divergenza tra i Paesi avanzati dell'Occidente e il resto del pianeta. Il rapporto tra impresa e società, un campo d'indagine poco sviluppato fino a qualche tempo fa –anche in termini di "economic performances of business", oltre che di impatto con l'ambiente e le politiche pubbliche–, ha acquisito nuovo rilievo nell'ambito della Storia d'impresa più recente, con uno spazio significativo dedicato alla crescita dal basso del binomio tra tecnologia e cultura. Il settore della entrepreneurship è venuto in primo piano negli ultimi due decenni, diventando il tratto caratteristico di un'attività di ricerca originale, nonostante le complessità dell'opera di concettualizzazione: «L'imprenditorialità è un tema che ha dominato il dibattito pubblico negli ultimi vent'anni e che (...) ha acquisito una legittimazione che in precedenza era ben lungi dal possedere (...). Oggi il termine "imprenditore" ha



certamente assunto caratteri più positivi nell'immaginario collettivo e, tuttavia, l'imprenditorialità è un concetto elusivo, difficile da definire, un concetto proteiforme, di fatto impossibile da incanalare in una formalizzazione» (Amatori, 2009b, 9-10; Berta, 2004). Purtuttavia, gli studiosi hanno individuato un percorso da seguire: «The historical study of entrepreneurship has been particularly concerned with understanding the process of structural change and development within economies. Business historians have focused on understanding the underlying character and causes of the historical transformation of businesses, industries and economies. This historical research has typically employed a Schumpeterian definition of entrepreneurship. Unlike the recent management scholarship, it has not focused primarily on new firm formation, but rather on the varying forms that innovative activity has taken and on the role of innovative entrepreneurship in driving changes in the historical context of business, industry, and the economy» (Jones e Wadhvani, 2007, 3-4). La realtà sempre più estesa della "network corporation", infine, ha portato alla diffusione del nuovo modello della N-form, che privilegia la deverticalizzazione e l'appiattimento dei livelli gerarchici, attraverso una sempre più forte porosità delle strutture d'impresa. Questi cambiamenti, insieme ad altri schematizzati nel riquadro seguente, hanno contribuito al processo evolutivo delle teorie sull'impresa.

**Grafico 2. Mutamenti delle teorie sull'impresa**



Fonte: Teorie sull'impresa, Materiali, <[http://www.cstassisi.eu/public/upload/Teorie\\_sull\\_impresa.pdf](http://www.cstassisi.eu/public/upload/Teorie_sull_impresa.pdf)>.

L'esperienza statunitense, in ogni caso, è servita da battistrada per molti altri Paesi, nei quali la Storia d'impresa ha conosciuto una notevole diffusione, a partire dalla seconda metà del secolo scorso. In Gran Bretagna, tuttavia, l'evoluzione della disciplina è rimasta legata all'idea che non fosse dotata di sostanziale autonomia. Infatti, come ha sostenuto Peter L. Payne: «in Great Britain, business history –despite substantial developments in recent years– is still regarded as an integral part of economic history»; inoltre, «most of those who find their source material primarily in company records and who take as their starting point the entrepreneur and the firm rather than anything else (...), tend to see themselves as economic historians and, like historians everywhere» (Payne, 1978, 90-91). In Giappone, al contrario, la disciplina, con il suo vasto numero di studiosi, ha via via assunto un rilievo maggiore della stessa Storia Economica, come è stato notato da Franco Amatori e Geoffrey Jones, in un'analisi dedicata ai progressi della tematica della "history of business enterprise and business systems" negli ultimi decenni (Amatori and Jones, 2003). A questo proposito, va rimarcata la forte autonomia della Storia d'impresa giapponese, osservando che: «Keiichiro Nakagawa, the scholar behind the formation of the Business History Society of Japan in 1965, envisioned that the new association would foster dialogue between business and economic historians. In practice, however, participants adopted the methods and approaches of those U.S. business historians who had distanced themselves from economic history» (Lamoreaux, Raff e Temin, 2008). In Germania, secondo la tradizione, la disciplina si è sviluppata nel senso della company history o della entrepreneurial biography, o in una combinazione di queste due materie. Come è stato osservato: «business historians had mainly come out of political and social history, and they worked to make Chandler's paradigm less abstract—for example, by opening up the "black box" of management and examining the social origins, training, and methods of operation of the professionals who staffed company hierarchies, as well as the role played by large German banks in financing and directing major enterprises (...). They were also preoccupied—understandably given Germany's twentieth-century history—with the relationship between business and the state» (Lamoreaux, Raff e Temin, 2008). In Francia, Spagna e Scandinavia, la Storia d'impresa è assunta al ruolo di insegnamento universitario, nel corso degli anni ottanta del secolo scorso, imprimendo all'attività di ricerca un forte impulso. Anche in Italia, negli ultimi decenni, la disciplina si è insediata e diffusa a livello accademico, facendo propria la lezione statunitense, ma sviluppando, parimenti, gli studi nel campo della Storia dell'industria, della Storia del lavoro e della Storia delle istituzioni economiche: questa crescita ha, in ogni caso, tenuto in debito conto la peculiarità dimensionale della struttura produttiva europea e italiana, in particolare, caratterizzata da una forma di "quarto capitalismo" (Turani, 1996; Colli, 2002), che si è insediata dopo le fasi di preminenza delle compagini pubblica e privata della grande impresa e dopo il periodo di ascesa dello schema dei distretti e delle piccole imprese, non trovando un analogo corrispettivo nell'esperienza americana. Tuttavia, nonostante questi innegabili successi a livello internazionale e in molte realtà nazionali, va sottolineato che, in vari altri Paesi, la materia è ancora ad uno stadio iniziale di crescita. Così come, va posta in evidenza la diversità del modello americano d'impresa rispetto a quello continentale: mentre, negli Stati Uniti, si è affermata un'impostazione di tipo analitico, fondata sull'impresa considerata come un oggetto, «ovvero un bene o un insieme di assets, da mettere sul mercato» (Toninelli, 2006, 61-62); in Europa, si è privilegiata una concezione basata sull'imprenditore, ossia sull'identificazione della «impresa con una persona, o un insieme di persone (famiglia), o una comunità

(distretto), ovvero con un'attività che genererà lavoro e ricchezza per i suoi referenti» (Toninelli, 2006, 61). Questa differenza non trascurabile fornisce anche una chiave di lettura delle distinte vicende e dell'evoluzione della Storia d'impresa al di qua e al di là dell'Atlantico.

Al termine di questo circoscritto *excursus*, si può concordare con quanto ha affermato Franco Amatori, facendo il punto sullo stato attuale della Business History: «at present business history seems to be in very good health. I haven't done precise quantitative inquiries but we all know that business history has three major journals with a global diffusion (*Business History Review*, *Business History*, and *Enterprise and Society*). Additionally, another important journal (*Economic History Review*) is increasingly inclined to accept contributions focusing on business history. Furthermore, each of Europe's major nations as well as Japan has at least one publication dedicated exclusively to this field of studies. There are also important associations such as the BHC (Business History Conference, a US-based initiative) and EBHA (the European Business History Association). In addition here in Europe there are several associations at a national level (...). Overall, business history seems to be one of the liveliest areas of economic history. I think that this is happening:

- because in our discipline human beings –individually or collectively– never disappear; they are always at the center of the stage
- because the enterprise –that is our major unit of analysis– can be tackled or observed under an almost infinite number of variables
- and, finally, because business history (with its capacity to often link micro and macro) gives an important contribution to understanding the evolution of national and international economic development» (Amatori e Jones, 2003, 17).

### 3. L'oggetto della disciplina e i metodi tradizionali di studio

La Storia d'impresa si occupa, innanzitutto, delle grandi imprese e dal loro esame risale, non solo alle vicende aziendali in quanto tali, ma alle tematiche fondamentali del settore di pertinenza e al contesto generale in cui operano. La grande impresa, infatti, pur svolgendo la propria attività sul mercato dei beni, ovvero, all'interno del circuito della produzione e della distribuzione, rappresenta un organismo economico complesso, che ha acquisito un ruolo e un'importanza crescente nella società e nell'agire collettivo di ogni giorno e, perciò, ha travalicato i confini del suo ambito originario. Tuttavia, in molte realtà, a cominciare dall'Italia, l'analisi è dedicata anche all'evoluzione di un sistema di imprese diverso, fondato sulle aziende di medie, piccole e micro dimensioni, che si pone in sintonia con l'ampliamento dei mercati di nicchia. La struttura produttiva italiana si è presentata, fin dal dopoguerra, con tratti originali, come è stato evidenziato da alcuni studi, che, negli anni settanta: «misero in evidenza le cosiddette forme organizzative ad alto grado di territorializzazione, non riconducibili alla grande impresa, nella reazione dell'economia italiana agli choc esogeni, alle rigidità della grande impresa di fronte ai mutamenti di mercato e di tecnologia. L'analisi dei "distretti industriali" d'ascendenza marshalliana promossa da Becattini e della Terza Italia avviata da Bagnasco trovarono riscontro anche sul versante storiografico con l'avvio degli studi sulle cosiddette "alternative storiche alla produzione di massa" condotte da Charles Sabel e

Jonathan Zeitlin» (Piluso, Calzolari e Mancino, 2006, 557; Becattini, 1987; Bagnasco, 1977; Sabel e Zeitlin, 1985). Nel caso dei gruppi e delle imprese di media taglia, poi, è stato recentemente esaminato quell'andamento tipico, caratterizzato «da una progressiva trasformazione della nostra industria spinta dalla competizione globale e da andamenti declinanti dei maggiori gruppi nazionali» (*Il quarto capitalismo*, <[http://www.mbres.it/ita/mb\\_publicazioni/faq\\_quarto.htm](http://www.mbres.it/ita/mb_publicazioni/faq_quarto.htm)>), che è divenuto oggetto di un'importante iniziativa di Mediobanca, in grado di fornire fonti ed elaborazioni di grande interesse sulla materia (cfr. *R&S-Mediobanca per il quarto capitalismo*, <[http://www.mbres.it/ita/res\\_publicazioni/quarto\\_capitalismo.htm](http://www.mbres.it/ita/res_publicazioni/quarto_capitalismo.htm)>) e una vasta raccolta di «informazioni economiche e finanziarie utili per una conoscenza non superficiale dei principali Gruppi italiani» (*Annuario R&S*, <[http://www.mbres.it/ita/res\\_publicazioni/annuario.htm](http://www.mbres.it/ita/res_publicazioni/annuario.htm)>; cfr. *shop.mbres.it*, <<http://shop.mbres.it/>>, <<http://shop.mbres.it/cgi-bin/CalepinoOnline.storefront/4c77f1e605d1b220274051766faa070d/ChangeLanguage/EN>> <<http://shop.mbres.it/cgi-bin/calepinoonline.storefront/IT>>, <<http://shop.mbres.it/cgi-bin/CalepinoOnline.storefront/4c77f13405ccf618274051766faa06d7/ChangeLanguage/FR>>). Questa ampia disponibilità di risorse di varia natura sull'evoluzione delle imprese «della fascia dimensionale intermedia nel sistema economico italiano» (*R&S-Mediobanca per il quarto capitalismo*, <[http://www.mbres.it/ita/res\\_publicazioni/quarto\\_capitalismo.htm](http://www.mbres.it/ita/res_publicazioni/quarto_capitalismo.htm)>), ma anche «sulla media impresa manifatturiera nei principali paesi europei» (*Medie imprese europee*, <[http://www.mbres.it/ita/res\\_publicazioni/medie\\_imprese\\_europee.htm](http://www.mbres.it/ita/res_publicazioni/medie_imprese_europee.htm)>), si colloca in un ambito di approfondimento legato sia a metodi tradizionali di analisi, che a nuovi orientamenti e impostazioni, sorti in relazione a quel fenomeno del capitalismo italiano –la formazione di un complesso di imprese di medie dimensioni, appartenenti ai settori tradizionali e a offerta specializzata, in grado di competere con successo a livello internazionale– sviluppatosi nel corso degli anni novanta del secolo scorso.

La storia d'impresa, in generale, evidenzia i problemi di natura organizzativa e, di conseguenza, il grado di modernizzazione delle aziende, ma anche le tematiche di carattere imprenditoriale e le relative dinamiche, di rilevanza sostanziale per l'analisi dello sviluppo economico di ciascun Paese. Questa disciplina, inoltre, interessandosi dell'approfondimento dei casi delle imprese più importanti di ogni territorio, permette la conoscenza delle sue traiettorie di crescita competitiva e dei suoi processi di internazionalizzazione. In sintesi, la Storia d'impresa rappresenta una forma autonoma di indagine, in grado di arricchire le ricostruzioni quantitative di Storia Economica, con informazioni qualitative di notevole valore, in un quadro non limitato a tematiche di ambito microeconomico. Uno dei punti di partenza per l'attività di ricerca in Storia d'impresa è fissato in relazione ad un orientamento precipuo, volto: alla diffusione dell'innovazione tecnologica (di processo, di prodotto, di distribuzione e organizzativa), al suo coordinamento, alla sua efficienza ed efficacia (collegate alla strategia imprenditoriale); alla verifica delle caratteristiche personali dell'imprenditore (l'origine familiare, la formazione, le motivazioni e le reti di relazione); all'individuazione della provenienza dei capitali (sia come crescita e diversificazione delle attività svolte in precedenza, che come credito bancario, sostegno o patrocinio). Un altro riferimento per l'avvio degli studi di Storia d'impresa è rappresentato dall'evoluzione organizzativa, sia dal punto di vista del contesto istituzionale, nel cui ambito sono adottate le scelte imprenditoriali riguardanti l'allocazione delle risorse aziendali, sia dal versante del mutamento delle condizioni in cui vengono assunte le decisioni e valutate le alternative possibili in relazione agli scopi di ciascuna azienda. Un'altra base di partenza dell'analisi è costituita dall'impresa manageriale,

che è sottoposta ad un coordinamento unitario e ad una pianificazione accentrata degli obiettivi strategici, oltre che ad un'organizzazione formalizzata e ad un flusso di informazioni costanti sui costi, sulle finanze e sulla produzione aziendali. L'impresa non si limita a rappresentare un'attività finalizzata alla produzione e/o allo scambio di beni e servizi, ma è anche una struttura associativa, di grande rilievo per l'organizzazione sociale ed economica, visto che l'interazione tra le persone che ne fanno parte favorisce la creazione di nuova ricchezza, in grado di riversarsi su un ampio arco di soggetti: in questo modo, l'impresa acquista una valenza del tutto inedita, superando la dimensione "egoistica" del vantaggio privatistico esclusivo e assumendo la funzione di un modello interpretativo, o, per meglio dire, di un "paradigma storico" della realtà contemporanea (Roverato, 2010).

La possibilità di fruire, in modo sistematico, degli archivi aziendali è cominciata a diventare effettiva, a partire dal 1906, quando fu istituito il primo ente destinato alla raccolta e alla conservazione dei fondi archivistici delle imprese industriali in Germania, il Rheinisch-Westphälische Archiv (cfr. *Stiftung Rheinisch-Westfälisches Wirtschaftsarchiv zu Köln*, <<http://www.ahf-muenchen.de/Mitglieder/Institutionen/StiftRheinWestfWirtArchKoeln.shtml>>; *Industrie- und Handelskammer zu Köln: Rheinisch-Westfälisches Wirtschaftsarchiv*, <[http://www.ihk-koeln.de/Rheinisch\\_Westfaelisches\\_Wirtschaftsarchiv.AxCMS](http://www.ihk-koeln.de/Rheinisch_Westfaelisches_Wirtschaftsarchiv.AxCMS)>; *Wirtschaftsarchive*, <<http://www.uni-konstanz.de/FuF/Philo/Geschichte/Tutorium/Fachebene/Wirtschaftsarchive/wirtschaftsarchive.html>>), che ha fatto da punto di riferimento per l'avvio di analoghe istituzioni negli Stati Uniti, in Olanda e in Svizzera, ancor prima della grande guerra, così come è avvenuto, in Gran Bretagna, in Francia e in Svezia, durante la fase successiva. Tuttavia, come hanno evidenziato Maurice Hamon e Félix Torres, accade che l'impresa non sempre sia capace di preservare le proprie fonti storiche e, al tempo stesso, le fonti storiche non siano in grado di motivare, di per sé, la sopravvivenza dell'impresa (Hamon e Torres, 1987).

In linea del tutto generale, le fonti per la Storia d'impresa possono essere raccolte in quattro diverse tipologie: quelle generate dall'impresa stessa, a loro volta, da classificare in primarie e secondarie; quelle originate all'esterno dell'impresa, come, ad esempio, le istituzioni pubbliche, i sindacati e le associazioni di categoria; quelle orali, come è stato indicato da Renato Covino nella raccolta dedicata alle nuove fonti per la storiografia d'impresa e al crescente utilizzo delle testimonianze orali, in una dimensione dell'azienda vista non solo come elemento essenziale delle vicende economiche, ma anche come campo di relazioni, culture e sensibilità, difficilmente rinvenibili nelle fonti documentarie tradizionali (Covino, 2000). Da un diverso punto di vista, vi sono: le fonti pubbliche, che possono essere edite o inedite; le fonti private, che si basano sugli archivi aziendali, ma anche sui racconti "a voce", sulla memorialistica, sugli epistolari degli imprenditori e su ulteriori reperti; infine, altre fonti, rappresentate dagli archivi delle associazioni imprenditoriali e dagli archivi delle organizzazioni sindacali. La metodologia tradizionale dell'attività di ricerca di Storia d'impresa si concentra sull'impiego delle principali fonti, rappresentate, innanzitutto, dagli archivi d'impresa. Le tipologie documentarie contenute in questi depositi della memoria aziendale si possono suddividere in alcune fondamentali ripartizioni: scritture sociali o societarie (statuto e atto costitutivo; libro dei soci; libri dei verbali degli organi sociali); documenti amministrativi e contabili (corrispondenza, contratti e altre pratiche; atti riguardanti il personale, come normative, fascicoli dei dipendenti, ruoli degli stipendi e libri matricola; atti di natura contabile, come bilanci, libri mastri, libri giornale, libri degli inventari, libri di cassa, note, ordinativi, mandati e fatture); documenti tecnici e progettuali (disegni, elaborati e progetti;

brevetti e licenze; tabelle, grafici, piante e planimetrie; fotografie e filmati; reperti di impianti e macchinari; campionari e prodotti finiti). La seguente tabella mostra, in estrema sintesi, la diversa tipologia delle risorse per la Storia d'impresa, mettendo opportunamente in evidenza le fonti primarie, ovvero, la documentazione ufficiale, che fornisce gli elementi essenziali per la ricostruzione dei lineamenti storici dell'azienda, oltre, naturalmente, alle fonti secondarie prodotte dall'impresa stessa, alle fonti prodotte all'esterno di essa e alle fonti orali.

**Tabella 1. Tipologia delle fonti per la storia d'impresa**

Tipologia	Fonte	Luogo di conservazione	
		Se l'impresa è attiva	Se l'impresa è cessata
Fonti primarie prodotte dall'impresa (libri sociali e simili)	Atto di costituzione	Azienda/Notaio/Commercialista	Camera di commercio
	Statuto	Azienda/Notaio/Commercialista	Camera di commercio
	Altri atti notarili	Azienda/Notaio/Commercialista	Camera di commercio
	Verbali dei C.d.A.	Azienda/Notaio/Commercialista	Liquidatori/Tribunale
	Verbali delle assemblee	Azienda/Notaio/Commercialista	Liquidatori/Tribunale
	Altri libri sociali	Azienda/Notaio/Commercialista	Liquidatori/Tribunale/B.u.s.a.*
Fonti secondarie prodotte dall'impresa	Bilanci e allegati	Azienda/Commercialista	Liquidatori/Tribunale/B.u.s.a.*
	Corrispondenza	Azienda	
	House organs	Azienda/Stakeholders	
	Brevetti e simili	Azienda/Consulenti esterni	Ufficio brevetti
	Relazioni tecniche	Azienda	
	Altra letteratura grigia	Azienda	
	Materiali pubblicitari	Azienda	
Fonti prodotte esternamente all'impresa	Materiali sulla <i>Csr</i>	Azienda	
	Fotografie	Azienda	
	Materiali di associazioni di categoria	Associazione di categoria	Associazione di categoria
	Materiali sindacali	Sindacati	Sindacati
	Materiali di enti pubblici	Ministeri/Archivi di Stato	Ministeri/Archivi di Stato
Fonti orali	Fonti a stampa	Stampa	Stampa
	Riviste specializzate	Riviste	Riviste
	Fotografie	Proprietario delle foto	Proprietario delle foto
	Testimonianze di imprenditori	Azienda/Archivi/Biblioteche locali	Archivi/Biblioteche locali
	Testimonianze di dirigenti	Azienda/Archivi/Biblioteche locali	Archivi/Biblioteche locali
	Testimonianze di dipendenti	Azienda/Archivi/Biblioteche locali	Archivi/Biblioteche locali
	Testimonianze di stakeholders	Azienda/Archivi/Biblioteche locali	Archivi/Biblioteche locali
Altre testimonianze	Azienda/Archivi/Biblioteche locali	Archivi/Biblioteche locali	

\* B.u.s.a. = Bollettino ufficiale delle società per azioni.

Fonte: Menzani, *Chi conserva e cosa conservare per la storia d'impresa*, <<http://www.fondazionetelecomitalia.it/doc/programma/Menzani.pdf>>.

A proposito di queste fonti documentarie, è opportuno richiamare l'indicazione fornita da Fabio Del Giudice, quando sostiene che: «Non si dispone di una specifica definizione di archivio d'impresa. Risultano sempre utili le tradizionali definizioni di archivio come complesso dei documenti su qualsiasi supporto (cartaceo, elettronico/digitale, fotografico, audiovisivo, ecc.) prodotti o comunque acquisiti durante lo svolgimento della propria attività da una persona fisica o giuridica (persone, famiglie, società, organi e amministrazioni dello stato, enti pubblici, ecc.). L'archivio poi nasce spontaneamente, quale sedimentazione documentaria di un'attività pratica, amministrativa, giuridica ed è perciò costituito dal complesso di documenti legati tra loro reciprocamente da un vincolo originario, necessario, determinato (Lodolini, Carucci). Nel corso degli ultimi anni, a seguito delle più recenti riflessioni di alcuni autori (Carucci, Paletta, Bonfiglio-Dosio), ci si sta orientando ad un allargamento del concetto di "archivio d'impresa" individuando, con la denominazione di "archivi economici", un numero maggiore di archivi. Mentre per archivi d'impresa si suole individuare la documentazione prodotta da soggetti di natura privata definiti "impresa", nell'espressione "archivi economici" possono essere ricondotti anche quei soggetti di natura sia pubblica che privata che agiscono non solo per finalità produttive ma anche di sostegno, di indirizzo e di controllo delle attività produttive vere e proprie» (Giudice, 2006). Da questa valutazione, è possibile ricavare, oltre che un orientamento per l'impiego degli strumenti più consolidati per la ricerca nel campo della storia d'impresa, anche la concreta indicazione del livello e dell'importanza, per gli studiosi, di una metodologia in grado di sfruttare tali risorse in maniera quanto più efficiente e valida, al fine del conseguimento degli obiettivi d'indagine. In ogni caso, i metodi tradizionali, tanto diffusamente descritti, in linea generale, da Witold Kula (Kula, 1972), sono sottoposti oggi ad una necessaria opera di verifica e di aggiornamento. Infatti, come è stato posto in evidenza da Ralph W. Hidy: «Business history has come a long way in the near half-century since that slow start; the small stream of publications has become a veritable flood of books and articles of varying quality, content, and approach. Despite the great mass of available material, there are still significant gaps in subject matter and methodology, and coming to grips with them will keep historians of business occupied for many decades to come» (Hidy, 1970).

#### **4. Le nuove metodologie per la ricerca e la rete telematica**

L'avvento della "società dell'informazione", considerato in tutti i suoi aspetti, non ha riguardato solo il cambiamento dei paradigmi economici tradizionali, ma anche un profondo ripensamento delle attività scientifiche, della produzione e distribuzione della conoscenza. Come è stato osservato, le conseguenze per l'economia e l'impresa non sono state di poco conto: «The mid-Seventies brought about all kinds of changes that really put us in the heart of a Third Industrial Revolution. While the general environment presented elements of strong turbulence (oil shocks, monetary disorder), the period is also characterized by an increase of international economic exchanges in a competitive scenario ever more aggressive with a demand or style increasingly personalized. We can also add in a more educated labor force (including a more pronounced female presence) that was increasingly unwilling to put up with rigid hierarchical relationships. At the same time, a powerful push changing forms of enterprise was technological innovation which, in various branches greatly reduced the necessity for economies of scale. But, above all,

the last years of the past century were characterized by exceptional progress in electronics and in telecommunications up to the rise of internet. On the one side, these technologies allowed a greater control of the workers and the productive processes. On the other side, they also permitted a pervasive diffusion of information throughout the company, rendering possible a large mobilization of resources for the design and organizational functions. In addition, they showed greater responsiveness to the market, with no precedent for timing and adhesion, and an ability to adapt quickly to particular requests. In this context a company whose organizational borders are more porous seemed to come out. The general structure had a tendency to de-verticalization and to flattening the hierarchy. We find a structure in which a special emphasis was put on creativity, learning, or valuing an exchange of knowledge. The potential of the informational web to find an adequate materialization on the economic side brought about the need to translate it into an analogous network organization, an horizontal structure in which processes such as decentralization and autonomy of the various units prevailed, but also where there was active coinvolvement of all the employees in the strategic global design so that the Chandlerian concept of organizational capabilities overcame, without reservations, the confines of management to be extended into all the various company components» (Amatori, 2009a, 23).

Inoltre, è stato ulteriormente sottolineato il cambiamento di un'impostazione culturale di fondo, con la nascita di relazioni inedite tra l'impresa e i consumatori e lo spostamento del centro dell'attività di creazione di valore verso l'esterno del processo di produzione; infatti: «A dominant cultural interpretation is not given, it is constructed out of the activities of firms interacting with customers. Firms and customers jointly construct meaning, each dependent on the other, each potentially in conflict with the other. The balance of power between the two sides may be roughly even--that is, firms cannot totally dominate but are also not simply passive recipients of consumer instructions. Firms too bring their skills--expressed in research, design, marketing and advertising--to the theater of consumption. They are part of the process of creating the values that underlie consumer decisions» (Lipartito, 1995, 9).

In questo nuovo contesto, i settori specifici ad alto valore aggiunto di saperi e dotati di metodologie codificate, come quelli legati alla ricerca storico-economica, non potevano rimanere inerti, cullandosi in una situazione di improbabile immutabilità di sistemi consolidati e certi. L'introduzione e l'impiego delle fonti elettroniche tra gli attrezzi del mestiere degli storici dell'impresa, in particolare, rappresenta già un primo passo in direzione di una consapevolezza più ampia (Lepore, 2006; Lepore, 2007). Oggi è difficile incontrare uno studioso che non faccia un uso, anche se limitato, degli strumenti necessari, anche di quelli più elementari, per scrivere un testo, elaborare una presentazione, effettuare una ricerca bibliografica, inviare e ricevere un documento o un'altra informazione con il computer e attraverso la rete. Tuttavia, va considerato uno scenario di fondo, se si intende passare dal piano pratico, ormai ineluttabile, dell'impiego di queste tecnologie, a quello più strutturato dell'innovazione metodologica e, quindi, della collocazione dei nuovi mezzi operativi all'interno di un'impostazione concettuale definita e di regole chiare. Le fonti elettroniche e telematiche, con particolare riferimento a Internet, consentono di dotare la comunità scientifica di nuove risorse per l'arricchimento e l'estensione dei propri scopi. Non si tratta di un semplice effetto



sostitutivo dei vecchi strumenti di lavoro, ma di un ausilio straordinario per far progredire ulteriormente una materia come la Storia d'impresa.

La comparsa del web sul proscenio dell'attività scientifica, degli studi e della ricerca ha segnato l'apertura di una fase del tutto nuova per la Storia d'impresa. L'utilizzo delle fonti elettroniche richiede, infatti, una metodologia originale e un'impostazione teorica di tipo specialistico, al fine di offrire soluzioni adeguate alle questioni poste dalla fenomenale evoluzione della rete, dalla sua segmentazione e dalle sue applicazioni concrete, che comportano un'attività di selezione, valutazione, interpretazione ed esegesi della documentazione e delle risorse digitali, del tutto inedita. Questa esigenza si pone, specialmente, in riferimento al ruolo che sta svolgendo Internet per le fonti primarie, a cominciare dagli archivi. Inoltre, alle fonti tradizionali, rappresentate fundamentalmente dagli archivi d'impresa, si aggiunge oggi una varietà di risorse, dalle caratteristiche molto diverse, che contribuiscono ad un profondo rinnovamento e ad un sostanziale ampliamento delle potenzialità della disciplina (Lepore, 2009). È difficile sostenere che le fonti cosiddette "digitali" siano in origine autonome, cioè capaci di fornire da sole una strumentazione completa per gli studiosi e i ricercatori della materia. Tuttavia, la diffusione di questi nuovi mezzi è stata particolarmente intensa, tanto da prefigurare un'affermazione sempre più vasta delle logiche innovative ad essi collegate. Infatti, le fonti elettroniche e telematiche hanno acquisito una sempre maggiore identità e autonomia, proprio attraverso la peculiarità dello strumento con cui sono raggiungibili. In Internet, tutte le forme di documentazione sono riproduzioni virtuali di originali; le stesse banche dati si sviluppano su un supporto immateriale, che va ben al di là del semplice hardware di un sistema computerizzato. La rete è, al tempo stesso, contenitore e contenuto, strumento e risorsa, flusso e struttura: in questo modo, però, viene meno una delle principali distinzioni operate da Kula, quella tra i fattori «che creano le fonti» e i fattori «che conservano le fonti» (Kula, 1972, 90). Si tratta di concetti che diventano familiari con l'utilizzo sempre più consapevole delle potenzialità offerte dalle nuove metodologie. L'ipertesto, in particolare, rappresenta l'elemento precipuo introdotto con Internet, che, in questo modo, ha assunto il valore di "una rete concettuale": è una fonte del tutto nuova, che può pienamente tradurre in realtà l'opinione di quegli studiosi, secondo cui, già nella seconda metà del XIX secolo, l'indagine storica non era basata unicamente sulle documentazioni scritte o stampate.

Con l'avvento dell'informatica e della telematica, inoltre, la valutazione secondo cui lo storico distingue il suo impegno in due diverse fasi di lettura delle fonti e di scrittura del testo è diventata scarsamente convincente. La metodologia da adottare per effettuare una ricerca in rete –in particolare, di Storia d'impresa– differisce da quella tradizionale, basata sull'impiego di una tecnica di analisi delle fonti di tipo sequenziale. Edward Hallett Carr, nel suo lavoro del 1961 (Carr, 1966), già descriveva un metodo molto simile a quello che sarebbe, poi, invalso nella pratica del computer e delle fonti telematiche: «Laymen –that is to say, non-academic friends or friends from other academic disciplines– sometimes ask me how the historian goes to work when he writes history. The commonest assumption appears to be that the historian divides his work into two sharply distinguishable phases or periods. First, he spends a long preliminary period reading his source and filling his notebooks with facts: then, when this is over, he puts away his sources, takes out his notebooks, and writes his book from beginning to end.

This is to me an unconvincing and unplausible picture. For myself, as soon as I have got going on a few of what I take to be the capital sources, the itch becomes too strong and I begin to write—not necessarily at the beginning, but somewhere, anywhere. Thereafter, reading and writing go on simultaneously. The writing is added to, subtracted from, re-shaped, cancelled, as I go on reading. The reading is guided and directed and made fruitful by the writing: the more I write, the more I know what I am looking for, the better I understand the significance and relevance of what I find. Some historians probably do all this preliminary writing in their head without using pen, paper, or typewriter, just as some people play chess in their heads without recourse to board and chess-men: this is a talent which I envy, but cannot emulate. But I am convinced that, for any historian worth the name, the two processes of what economists call “input” and “output” go on simultaneously and are, in practice, parts of a single process. If you try to separate them, or to give one priority over the other, you fall into one of two heresies. Either you write scissors-and-paste history without meaning or significance; or you write propaganda or historical fiction, and merely use facts of the past to embroider a kind of writing which has nothing to do with history» (Carr, 1961).

Infatti, la metodologia peculiare di una ricerca imperniata sulle risorse elettroniche –dato il carattere dell’ipertesto, fondato su un’aggregazione di testi scritti, fonti sonore, immagini fisse e in movimento– è molto simile a questo processo di elaborazione storica descritto da Carr e non può essere impostata come un’analisi sequenziale, ma deve far ricorso al meccanismo di connessione tra fonti diverse, attraverso i links. In questo modo, è possibile anche fornire un ordine alla navigazione in rete, che permetta di selezionare i siti web e le risorse utili, distinguendole da quelle inadatte ad un’indagine scientifica o non indirizzate ad un tema specifico. L’adozione diffusa della multimedialità, della tecnica del record linkage, di ogni altro strumento di raccolta e di trattamento complesso di risorse eterogenee, consente di ampliare utilmente e considerevolmente le capacità di chi fa Storia d’impresa, seguendo il criterio del flusso continuo delle informazioni e della connessione tra loro delle diverse testimonianze, senza più procedere nella direzione di uno sviluppo lineare del testo, tipico delle metodologie tradizionali. Queste tecniche innovative rappresentano, dunque –ben lungi dall’averle del tutto sostituite– un completamento e un potenziamento delle fonti tradizionali; inoltre, esse favoriscono, indubbiamente, un’apertura verso nuove e più ampie esperienze di studio e di ricerca, soprattutto dal lato comparativo e su scala globale.

Un problema, non sempre analogo a quello affrontato per le documentazioni in forma cartacea, è dato dalla conservazione della memoria digitale (Menzani, 2010). Infatti, insieme alla necessità di preservare dall’usura del tempo e dall’obsolescenza tecnologica le fonti elettroniche, la dinamica di una forte nati-mortalità dei siti web è sicuramente uno dei temi da affrontare, al fine di una più duratura affermazione di Internet, anche nel campo della Storia d’impresa. Un altro dei temi cruciali è rappresentato dal fatto che, con le fonti telematiche, si è verificato un vero e proprio “salto” da una lacunosità della documentazione disponibile, ad un eccesso di documentazione. Il rischio, insito nella moltiplicazione senza limiti delle fonti virtuali, è quello della contemporanea mancanza di un adeguato apparato di controlli e di un sistema di validazione scientifica. Se, di fronte ad una documentazione lacunosa, il compito dello storico (economico e non economico) era quello di aguzzare l’ingegno, avvicinando la propria attività “a quella del detective”,

come sosteneva Carlo Maria Cipolla (Cipolla, 1988), di fronte ad una sovrabbondanza di "dati", il suo compito non è più quello di un'indagine, ma di una selezione. Il "detective" virtuale non ha più esigenza di materia prima, della "creta" per costruire la sua indagine, ma deve dotarsi delle competenze e degli strumenti necessari per distinguere le tracce utili da quelle fuorvianti e inutili. L'obiettivo di chi tende ad evitare la progressiva dequalificazione delle fonti, una dannosa inflazione di risorse documentali prive di valore, si fonda sulla scelta di una metodologia di selezione dei documenti e sulla ricerca di nuovi requisiti di qualità per le fonti disponibili in rete, come è dimostrato dall'intensa letteratura sviluppatasi sul tema negli ultimi anni.

In ogni caso, l'apporto estremamente importante, per molti versi straordinario, fornito dalle nuove metodologie non va confuso, per nessuna ragione, con la necessità di mantenere un carattere elevato dei contenuti, di non recedere dai risultati conseguiti finora in termini di qualità scientifica e riconosciuta autonomia della disciplina. Da questo punto di vista, infatti, come notava Luigi Cossa, oltre un secolo fa, non si possono scambiare «le verità assolute della scienza coi postulati relativi dell'arte», riducendo «la prima ad una semplice filosofia della storia economica» (Cossa, 1891, 25). O come osservava, all'inizio del Novecento, Augusto Graziani: «non bisogna confondere la verità della scienza colle regole dell'arte e col compito della storia economica» (Graziani, 1904, 19). Se queste considerazioni sono ancora valide, allora, è pienamente giustificato –non solo per ragioni di attualità– il ricorso a nuove tecniche e tecnologie, come nel caso di Internet. Ed è, dunque, comprensibile il passaggio ad una valutazione più attenta del valore di queste metodologie innovative, in grado di fornire diverse opportunità per l'aggiornamento e l'estensione delle frontiere degli storici dell'impresa. Infatti, la rete telematica e i supporti digitali, in genere, possono fornire un contributo originale, sia alla ricerca che all'attività didattica, offrendo un insieme di strumenti, di trame e di materiali di grande significato per la disciplina.

## 5. L'open innovation, i nuovi mercati della "coda lunga" e la Storia d'impresa

L'open innovation, secondo il termine coniato da Henry Chesbrough (Chesbrough, 2003; Chesbrough, 2008) per indicare il più recente modello di innovazione industriale, non è altro che il paradigma legato all'avvento di una forma del tutto originale di diffusione e gestione della conoscenza a livello globale, con l'impiego di Internet. Si è aperto, infatti, un campo molto vasto di azione, che, grazie alla rivoluzione dell'informazione e delle comunicazioni promossa dallo sviluppo della rete telematica negli ultimi due decenni, può consentire una partecipazione molto ampia di competenze scientifiche –e non solo–, al fine di contribuire alla soluzione di problemi rilevanti per l'innovazione di processo e di prodotto, oltre che per l'affermazione di un nuovo modo di concepire l'acquisizione del sapere, il suo controllo e la sua gestione. Come è stato indicato in una meticolosa definizione: «The Open Innovation paradigm can be understood as the antithesis of the traditional vertical integration model where internal research and development (R&D) activities lead to internally developed products that are then distributed by the firm. If pressed to express its definition in a single sentence, Open Innovation is the use of purposive inflows and outflows of knowledge to accelerate internal innovation, and expand the markets for external use of innovation, respectively. Open Innovation is a

paradigm that assumes that firms can and should use external ideas as well as internal ideas, and internal and external paths to market, as they look to advance their technology. Open Innovation processes combine internal and external ideas into architectures and systems. They utilize business models to define the requirements for these architectures and systems. The business model utilizes both external and internal ideas to create value, while defining internal mechanisms to claim some portion of that value. Open Innovation assumes that internal ideas can also be taken to market through external channels, outside the current businesses of the firm, to generate additional value. The Open Innovation paradigm treats R&D as an open system. Open Innovation suggests that valuable ideas can come from inside or outside the company and can go to market from inside or outside the company as well. This approach places external ideas and external paths to market on the same level of importance as that reserved for internal ideas and paths to market in the earlier era» (Chesbrough, 2006, 1).

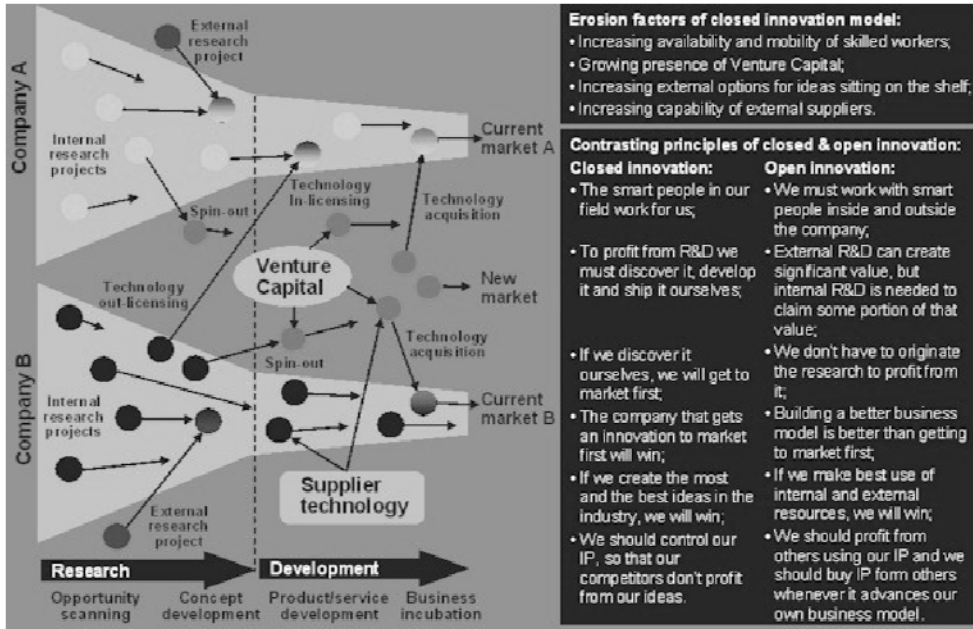
Il metodo del crowdsourcing –un’espressione concepita e divulgata da Jeff Howe nel 2006 (Howe, 2006a; Howe, 2006b; Howe, 2010)– si concretizza, secondo l’indicazione generale contenuta nella rivista *Wired*: «quando una compagnia chiede a una comunit  indistinta di svolgere per suo conto un compito prima affidato ai propri dipendenti» (Staglian , 2006a; Staglian , 2006b). Si tratta di una nuova forma di ricerca collaborativa, che permette ad una moltitudine di persone e di organizzazioni, dotata di saperi e di creativit , di contribuire ad un avanzamento del tutto inusitato della conoscenza, a livello dell’economia globale. Il “prototipo” di questa innovazione   rappresentato da *Wikinomics* (*Wikinomics*, <<http://www.wikinomics.com/blog/>>), il blog ispirato al libro omonimo di Don Tapscott e Anthony D. Williams (Tapscott e Williams, 2007). Secondo quest’opera, realizzata in formato sia digitale che cartaceo come un enorme work in progress, la diffusione della collaborazione di massa (o peer production) –come hanno fatto alcune imprese, in maniera pionieristica, nei primi anni del XXI secolo, subito imitate da un numero crescente di attivit – rappresenta un’opportunit  di straordinario rilievo, perch  permette una singolare forma di partecipazione alla costruzione della conoscenza innovativa nei settori pi  diversi ed  , al tempo stesso, la metafora di un nuovo modo di intendere l’economia e il sistema del business.

Attraverso queste modalit , in particolare, con l’impiego del crowdsourcing e dell’open innovation,   stato possibile, non solo migliorare lo standard e la portata delle iniziative di business aziendale, in quanto tali, ma anche impiegare uno strumento offerto dalla rete, per suddividere in piccoli compiti diffusi grandi attivit  concentrate e creare nuovo valore, spostandone il baricentro all’esterno dell’impresa, senza dover ricorrere alle attivit  tradizionali degli uffici di ricerca e sviluppo (R&D). Inoltre, in un’accezione pi  ampia, questo metodo innovativo   servito a ottimizzare, in molti ambiti, il processo di elaborazione cognitiva e scientifica, i suoi contenuti di merito e i suoi obiettivi: cos , si sono potuti ridimensionare notevolmente i costi e i tempi necessari per il conseguimento dei relativi risultati e, inoltre, mettere in grado istituzioni, gruppi, organizzazioni e singoli individui di soddisfare le proprie esigenze di progresso delle conoscenze, di soluzione di problemi complessi e di partecipazione ad un nuovo stadio dell’accrescimento complessivo del sapere e delle sue applicazioni concrete. In sintesi,

secondo l'indicazione di Chesbrough: «Open Innovation means that companies should make greater use of external ideas and technologies in their own business, while letting their unused ideas be used by other companies. This requires each company to open up its business model to let more external ideas and technology flow in from the outside and let more internal knowledge flow to the outside. With a more open business model, Open Innovation offers the prospect of lower costs for innovation, faster times to market, and the chance to share risks with others (...). To thrive in this era, companies have to adapt business models to make them more open to external ideas and and paths to market. Those that effectively bring ideas from the “outside in” will tap into tremendous potential for identifying and creating new value; likewise, companies that move ideas from the “inside out”, enabling others to use unused ideas, will realize a new way to capture more value and sustain themselves in these times of increasingly global markets and competition» (Chesbrough, 2006b, 13-14). Questa nuova metodologia, oltre a rappresentare un campo di analisi e di applicazione del tutto inedito in relazione all'evoluzione del sistema d'impresa, rappresenta anche un'opportunità per innovare le tecniche di ricerca in settori di studio, come quelli della Storia d'impresa, che, in questo modo, può dotarsi di una strumentazione ulteriore e stabilire connessioni, prima inimmaginabili, con una sconfinata area di competenze, attraverso la rete telematica. In ogni caso, data la vasta portata del mezzo e le diverse alternative ipotizzabili per il suo impiego, è necessaria una definizione precisa degli ambiti di azione di carattere scientifico, dei criteri e delle regole di utilizzo, delle forme di validazione delle attività svolte.

### **Grafici 3-4. Open Innovation & Closed Innovation: paradigmi a confronto**

«Chesbrough describes the transition from the traditional internally focused “closed” innovation paradigm to an “open” innovation paradigm. His central thesis is that the closed innovation paradigm is now being rendered obsolete, primarily due to the growing mobility of skilled workers and the increased availability of Venture Capital (...). The figure below shows the knowledge landscape in the open innovation paradigm and summarizes, the key drivers of change (i.e. the factors eroding the closed innovation paradigm), as well as the contrasting principles of closed and open innovation. Whereas the closed paradigm is characterized by stage gate process to drive projects from internal research to internal development and market launch (typically represented as a funnel where only the best ideas pass through), various other options are utilized in the open innovation model, such as the spin-out of technology that does not fit the business model of the company, the licensing-out of IP to other companies to strengthen the value system, the licensing-in of best-of-breed IP of third parties and the acquisition of advanced technology companies to advance their own business model» (*Caneval-Models on the dynamics of innovatio – “Open innovation, The new imperative for creating and profiting from technology”, by Henry Chesbrough, <<http://www.caneval.com/vision/innovation/innovation2.html>>*).



Fonte: Caneval-Models on the dynamics of innovation – “Open innovation. The new imperative for creating and profiting from technology”, by Henry Chesbrough, <<http://www.caneval.com/vision/innovation/innovation2.html>>.

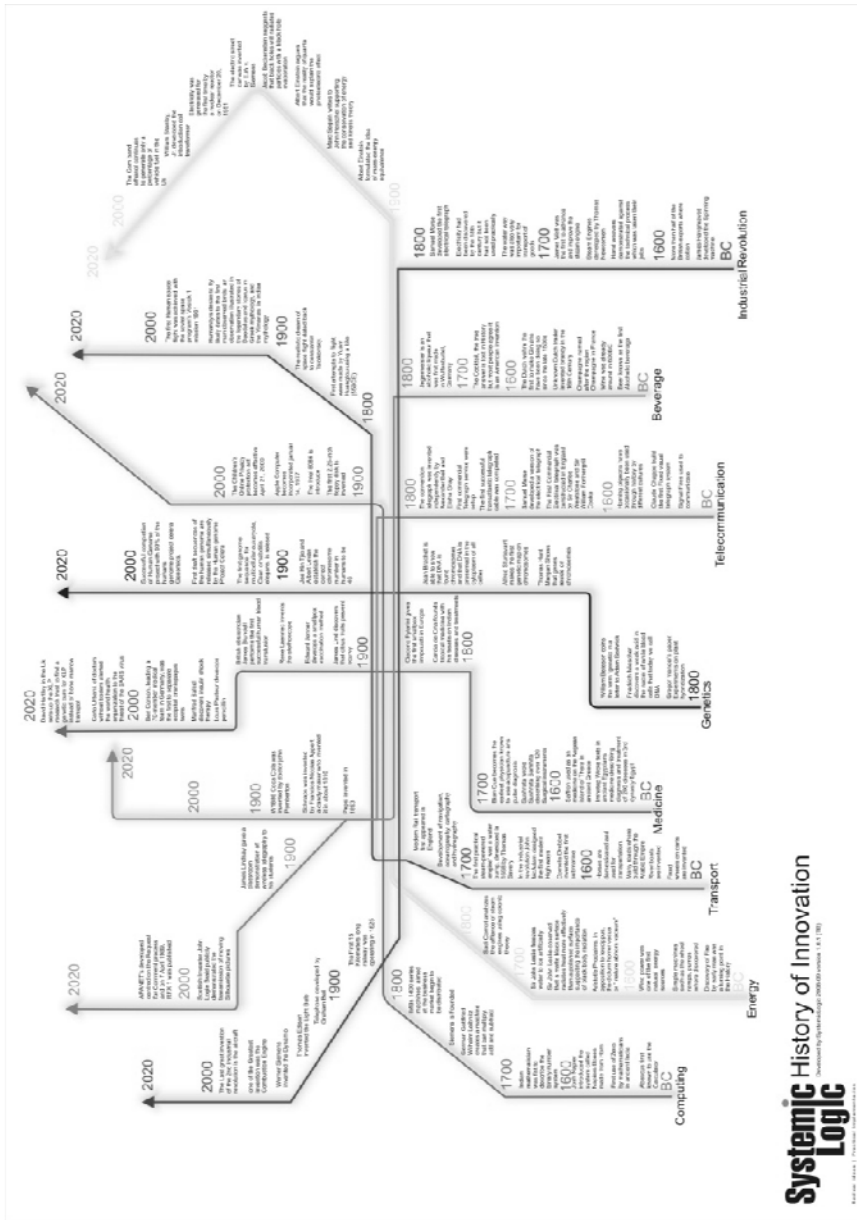
Closed innovation	Mass customization	Customer co-design	Open innovation
Traditional mass production and process improvement, slow customer feedback cycle (e.g. according to sales), customer surveys, market potential, variety of products	Flexible manufacturing, modularity, variety of modules, customizable/changeable elements, direct customer interaction when defining the product, high customer involvement	Flexible manufacturing capacity, some core solutions like manufacturing methods can be predefined, otherwise customers are offered tools to design products, customer creative contribution and high customer participation	Customer creative contribution, design of core solutions, no ownership (or customer ownership), returns on implementation and attached services, multiple stakeholders, high customer commitment

Fonte: From Closed Innovation to Open Innovation: IRIS Helsingor Denmark–Beyond Creativity, <[http://beyondcreativity.blogspot.com/2006/07/from\\_closed\\_inn.html](http://beyondcreativity.blogspot.com/2006/07/from_closed_inn.html)>, <[http://beyondcreativity.blogspot.com/photos/uncategorized/makipaahonenmantymakiiris\\_1.png](http://beyondcreativity.blogspot.com/photos/uncategorized/makipaahonenmantymakiiris_1.png)>.

Vi sono due punti di riferimento teorici, dai quali si può partire, per una più approfondita comprensione e valutazione di questo percorso. Il primo è il volume pubblicato da Chris Anderson su *La coda lunga*, di grande interesse, perché –oltre ad utilizzare un metodo di approfondimento, di indagine e di studio, molto simile a quello di chi si occupa di Storia Economica, cioè l'analisi quantitativa e seriale dei fenomeni economici, che, partendo da fatti concreti, arriva alla definizione teorica e, poi, la cala nella realtà– ha effettivamente indicato un'interpretazione del passaggio dal vecchio sistema del mercato e della produzione di massa, ad un sistema nel quale i mercati di nicchia, se aggregati, messi insieme tra loro, possono rappresentare un'alternativa significativa al sistema precedente (Anderson, 2004; Anderson, 2007; *The Long Tail*. *Chris Anderson's blog*, <<http://www.longtail.com/>>, <[http://longtail.typepad.com/the\\_long\\_tail](http://longtail.typepad.com/the_long_tail)>). Il secondo riferimento è a Coimbatore Krishnarao Prahalad e alla sua opera più famosa (Pralhad, 2007), che ha analizzato la distribuzione del reddito, attraverso una piramide, la cui base, in precedenza, veniva ritenuta una massa indistinta, una parte della popolazione del mondo bisognosa unicamente di interventi di carattere assistenziale. Considerata non nella univocità dei singoli individui, ma in tutta la sua estensione, rappresentativa di una fetta fondamentale della popolazione mondiale con un reddito molto basso –sono stati presi in esame i 4 miliardi di persone, che hanno un reddito al di sotto di due dollari al giorno–, la base della piramide acquista un altro significato. Questa notevole parte della popolazione, infatti, può costituire un grandissimo mercato. Sulla base di tale semplice, ma non scontata valutazione, si è dato il via a tutta una serie di strategie e di interventi –soprattutto, da parte di un insieme di aziende private e di alcune multinazionali più avvedute–, che, in qualche modo, hanno sostituito le vecchie politiche di welfare. Basti pensare a ciò che ha rappresentato il microcredito a livello internazionale o guardare ad alcune iniziative di considerevole importanza, che alcune imprese hanno concepito per i Paesi più arretrati del mondo, con la realizzazione di prodotti monodose o, in parte, autoprodotti, in grado di soddisfare una domanda frammentata ed ampia.

Facendo riferimento alle opportunità fornite da questi orientamenti innovativi, vi è la possibilità di individuare un itinerario del tutto nuovo, di grande utilità per la Storia d'impresa. Del resto, che il cammino della Storia d'impresa si sia incrociato, a più riprese, con quello dell'innovazione *tout court* –e, quindi, oggi, anche con quello dell'open innovation, che rappresenta un ampliamento degli orizzonti delle altre forme di innovazione (di prodotto, di processo, organizzativa) e non si limita alla realizzazione di nuove tecnologie– è dimostrato dal seguente quadro sinottico sulla storia dell'innovazione.

### Grafico 5. Storia dell'innovazione



Fonte: History of Innovation Poster Built to Thrive, <<http://www.builttothrive.com/?p=419>>, <<http://www.builttothrive.com/wp-content/uploads/2009/10/HistoryOfInnovation.jpg>>. In questo sito, è scritto che: «We have been trying to find different ways to depict the history of innovation (this is a draft version and work-in-progress). The posted does not show any "time bands" of change nor does it provide any detail as to the inventor. The idea is to represent some of the major changes from the industrial revolution onwards that changed our lives».



Dalla definizione di globalizzazione coniata da Theodore Levitt –«the emergence of global markets for standardized consumer products on a previously unimagined scale of magnitude» (Levitt, 1983)–, alla nascita delle nuove teorie legate al superamento tendenziale del mercato di massa, attraverso la diffusione di una “massa di mercati” di nicchia, sembra sia passata molta acqua sotto i ponti, eppure si tratta solo di pochi anni, meno di un quarto di secolo. La diffusione del modello della cosiddetta “coda lunga”, ovvero, uno strumento in grado di fornire una nuova chiave interpretativa per la comprensione del passaggio dalla società fordista a quella “post-industriale”, rappresenta una notevole opportunità per esaminare il fenomeno dell’evoluzione dell’impresa, impiegando le fonti più aggiornate e in grado di fornire una visione d’insieme, come quelle elettroniche. Infatti, secondo Nicholas Carr: «If the electric dynamo was the machine that fashioned twentieth century society –that made us who we are– the information dynamo is the machine that will fashion the new society of the twenty-first century» (Carr, 2008, 21). In ogni caso, il percorso è tracciato ed è ragionevole pensare di avviare nuove elaborazioni, in grado di far tesoro di documentazioni, materiali, banche dati e conoscenze diffuse, che, solo grazie alla rete telematica e ad una metodologia aggiornata di indagine, possono essere messi pienamente a frutto, aprendo nuove prospettive di studio per i più diversi temi di Storia dell’impresa, una disciplina partita da lontano, ma di estrema attualità e destinata a disegnare un non breve futuro.

In conclusione, si può tentare una valutazione d’insieme, facendo riferimento ad una riflessione, che consente di delineare il ruolo odierno della Storia d’impresa –giunta, ormai, a rappresentare un campo autonomo di ricerca e uno dei principali settori delle scienze economiche e manageriali–, ma anche le sue prospettive meno ravvicinate: «I would like to remember that the well-known Italian economic historian, Carlo Cipolla, at the end of a very productive career as a scholar decided to leave us a precious book of methodology in which –to characterize his field– he used the expression “between two cultures”, meaning that economic history was in between two very important areas of study (economics and history). If it is possible, business history is an even more complicated plight since here the cultures are THREE! In addition to the two mentioned by Cipolla, we add managerial sciences. It is also a sort of practical matter because for us it means deciding which academic alliance and so location we are going to choose. Are we going to favor the department of economics or a management department or a department of humanities? (...) In an ideal world, certainly the best would be to be fully in command of the three cultures (economics, managerial studies, and history) and capable of moving without friction between a department of economics and that of management or humanities. I am afraid that for my generation, probably very, very few scholars are able to do this (...) but we must indicate this way to our younger colleagues from whom we should pretend lots of hard work based on reading tons of literature and searching many archives. But we will also need to concede the most ample freedom to single out objectives and methods of research, remembering always that business history has a crucial role in comprehending the major changes of our epoch» (Amatori, 2009a, 27, 31). Partendo da queste considerazioni, dunque, si può disegnare una nuova mappa dei compiti della Storia d’impresa, che, con una sempre maggiore acquisizione e padronanza degli strumenti delle nuove tecnologie e dei metodi innovativi di ricerca, è in grado di allargare la propria sfera d’influenza, di conquistare nuovi spazi nell’ambito delle discipline scientifiche e di svolgere un ruolo di primo piano nell’individuazione dei

caratteri fondamentali della transizione dal fordismo al post-fordismo, dalla società della produzione di massa a quella delle produzioni personalizzate e dei mercati di nicchia: in questo modo, non solo il passato apparirà più chiaro, ma verranno delineati più nettamente i tratti, le problematiche e le prospettive di un nucleo fondamentale dell'economia del terzo millennio.

## 6. References

- Amatori, F. (2008). *La storia d'impresa come professione*. Venezia: Marsilio Editori.
- Amatori, F. (2009a). "Business history: State of the art and controversies", *Revista de Historia Industrial*, 39, pp. 17-34.  
<<http://www.raco.cat/index.php/HistoriaIndustrial/article/viewFile/142797/194366>>).
- Amatori, F. (2009b). "Tipologie imprenditoriali nella storia dell'Italia industriale: una rivisitazione". In, F. Amatori e A. Colli (Eds.), *Imprenditorialità e sviluppo economico. Il caso italiano (secc. XIII-XX)*. Milano: Egea, pp. 9-10. <http://www.egeaonline.it/PDF/226a479e-55ef-4ec0-8966-cbe8a1707a8d.aspx>.
- Amatori, F. e Jones, G. (2003). *Business history around the world*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Anderson, C. (2004). "The long tail", *Wired*, 12.10. <<http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>>.
- Anderson, C. (2007). *La coda lunga. Da un mercato di massa a una massa di mercati*. Torino: Codice Edizioni. (Ed. orig. *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. New York (NY): Hyperion, 2006).
- Bagnasco, A. (1977). *Tre Italie. La problematica territoriale dello sviluppo italiano*. Bologna: il Mulino.
- Becattini, G. (Ed.) (1987). *Mercato e forze locali: il distretto industriale*. Bologna: il Mulino.
- Berta, G. (2004). *L'imprenditore. Un enigma tra economia e storia*. Venezia: Marsilio.
- Caneval-Models on the dynamics of innovation – "Open innovation, the new imperative for creating and profiting from technology", by Henry Chesbrough.*  
<<http://www.caneval.com/vision/innovation/innovation2.html>>.
- Carr, E.H. (1961). *The Historian and His Facts* <[http://www.cooperativeindividualism.org/carr-edward\\_historians-and-their-facts.html](http://www.cooperativeindividualism.org/carr-edward_historians-and-their-facts.html)>).
- Carr, E.H. (1966). *Sei lezioni sulla storia*. Torino: Einaudi. (Ed. orig. *What is history?* London: Macmillan & Co. Ltd., 1961, <<http://www.palgrave.com/products/title.aspx?is=0333977017>>, <<http://www.history.ac.uk/ihr/Focus/Whatishistory/carr1.html>>).
- Carr, N. (2008). *Il lato oscuro della rete. Libertà, sicurezza, privacy*. Milano: Etas-Rizzoli. (Ed. orig. *The big switch: rewiring the world, from Edison to Google*. New York (NY): W.W. Norton & Co., 2008). <<http://www.nicholasgcarr.com/bigswitch/>>).
- Chandler, A.D. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial enterprise*. Cambridge (MA): MIT Press.  
<[http://www.beardbooks.com/beardbooks/strategy\\_and\\_structure.html](http://www.beardbooks.com/beardbooks/strategy_and_structure.html)>).

- Chandler, A.D. (1977). *The visible hand: The managerial revolution in American business*. Cambridge (MA): Harvard University Press.  
<<http://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674940529>>).
- Chandler, A.D. (1984). "Comparative business history". In, D.C. Coleman and P. Mathias (Eds.), *Enterprise and history. Essays in honour of Charles Wilson*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 3-26. <<http://www.ensino.uevora.pt/tmp/cursos/Mosi7/he/texto2.PDF>>.
- Chesbrough, H. (2003). *Open Innovation: The new Imperative for Creating and Profiting from Technology*. Boston (MA): Harvard Business School Press.  
<<http://www.openinnovation.net/Book/NewImperative/>>; *Open Innovation*, <<http://www.openinnovation.net/>>).
- Chesbrough, H. (2006a). *Open innovation: researching a new paradigm*. New York-Oxford (NY): Oxford University Press.  
<[http://books.google.it/books?hl=it&lr=&id=wBmA\\_ft\\_5lgC&oi=fnd&pg=PA1&ots=wp8DJMoD48&sig=D1socM0QKdcbXUENs2f8nH6-8iw#v=onepage&q&f=false](http://books.google.it/books?hl=it&lr=&id=wBmA_ft_5lgC&oi=fnd&pg=PA1&ots=wp8DJMoD48&sig=D1socM0QKdcbXUENs2f8nH6-8iw#v=onepage&q&f=false)>).
- Chesbrough, H. (2006b) *Open business models: How to thrive in the new innovation landscape*. Boston (MA): Harvard Business Scholl Pub.
- Chesbrough, H. (2008). *Open. Modelli di business per l'innovazione*. Milano: Egea. (Ed. orig. *Open Business Models: How to Thrive in The New Innovation Landscape*, Boston (MA), Harvard Business School Press, 2006). <<http://www.openinnovation.net/Book/OpenBusinessModels/>>.
- Cipolla, C.M. (1988). *Tra due culture. Introduzione alla storia economica*. Bologna: il Mulino.
- Closed Innovation to Open Innovation: IRIS Helsingor Denmark – Beyond Creativity*, <[http://beyondcreativity.blogs.com/mblog/2006/07/from\\_closed\\_inn.html](http://beyondcreativity.blogs.com/mblog/2006/07/from_closed_inn.html)>, <[http://beyondcreativity.blogs.com/photos/uncategorized/makipaaahonenmantymakiiris\\_1.png](http://beyondcreativity.blogs.com/photos/uncategorized/makipaaahonenmantymakiiris_1.png)>.
- Colli, A. (2002). *Il quarto capitalismo*. Venezia: Marsilio.
- Cossa, L. (1891). *Primi elementi di economia politica*. 9ª ed., Milano: Hoepli.
- Covino, R. (Ed.) (2000). *Fonti orali e storia d'impresa*. Soveria Mannelli: Rubbettino.
- Crowdsourcing: A definition* <[http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing\\_a.html](http://crowdsourcing.typepad.com/cs/2006/06/crowdsourcing_a.html)>.
- From Closed Innovation to Open Innovation: IRIS Helsingor Denmark – Beyond Creativity*, <[http://beyondcreativity.blogs.com/mblog/2006/07/from\\_closed\\_inn.html](http://beyondcreativity.blogs.com/mblog/2006/07/from_closed_inn.html)>, <[http://beyondcreativity.blogs.com/photos/uncategorized/makipaaahonenmantymakiiris\\_1.png](http://beyondcreativity.blogs.com/photos/uncategorized/makipaaahonenmantymakiiris_1.png)>.
- Giudice, F. del (2006). "Gli archivi d'impresa italiani nel panorama internazionale", *Culture e impresa*, 3, pp. 1-12. <<http://www.cultureimpresa.it/03-2006/italian/atti06.html>>, ora, con il titolo "Overview of business archives in countries around the world: Italy, anche", *International Council on Archives*, 2006, <<http://www.ica.org/biblio.php?pdocid=520>>).
- Gras, N.S.B. (1939). *Business and capitalism: An introduction to business history*. New York (NY): F.S. Crofts. <[http://www.beardbooks.com/beardbooks/business\\_and\\_capitalism.html](http://www.beardbooks.com/beardbooks/business_and_capitalism.html)>).
- Graziani, A. (1904). *Istituzioni di economia politica*. Torino: Bocca.
- Hamon, M. e Torres, F. (Eds.) (1987). *Mémoire d'avenir. L'histoire dans l'entreprise*. Paris: Economica.

- Hidy, R.W. (1970). "Business history: Present status and future needs", *Business History Review*, 44 (4), pp. 483-497. <<http://www.jstor.org/pss/3112670>>.
- History of innovation poster built to thrive*, <<http://www.builttothrive.com/?p=419>>, <<http://www.builttothrive.com/wp-content/uploads/2009/10/HistoryOfInnovation.jpg>>.
- Howe, J. (2006a). "The rise of crowdsourcing", *Wired*, 14.06. <<http://www.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>>.
- Howe, J. (2006). *Crowdsourcing: A definition*. <[http://crowdsourcing.typepad.com/lcs/2006/06/crowdsourcing\\_a.html](http://crowdsourcing.typepad.com/lcs/2006/06/crowdsourcing_a.html)>
- Howe, J. (2010). *Crowdsourcing. Il valore partecipativo della folla come risorsa per il futuro del lavoro*. Roma: Luca Sossella Editore. (Ed. orig. *Crowdsourcing: Why the power of the crowd is driving the future of business*. New York (NY): Random House Inc., 2009). <<http://www.randomhouse.com/catalog/display.pperl?isbn=9780307396204>>.
- Jones, G. e Wadhvani, R.D. (2007). "Entrepreneurship and business history: Renewing the research agenda". Series Working Papers, *Harvard Business School*, 7. <[www.hbs.edu/research/pdf/07-007.pdf](http://www.hbs.edu/research/pdf/07-007.pdf)>).
- Jones, G. e Zeitlin, J. (Eds.) (2008). *The Oxford handbook of business history*. New York-Oxford (NY): Oxford University Press.
- Kula, W. (1972). *Problemi e metodi di storia economica*. Milano: Cisalpino-Goliardica, 1972. (Ed. orig. *Problemy i metody historii gospodarczej*, Warszawa, 1963).
- Lamoreaux, N.R.; Raff, D.M.G. e Temin, P. (2008). "Economic theory and business history". In, G. Jones e J. Zeitlin (Eds.), *The Oxford handbook of business history*. New York-Oxford (NY): Oxford University Press.
- Landes, D.S.; Mokyr, J. e Baumol, W.J. (Eds.) (2010). *The invention of enterprise: Entrepreneurship from ancient Mesopotamia to modern times*. Princeton (NJ): Princeton University Press. <<http://press.princeton.edu/titles/9006.html>>.
- Lepore, A. (2006). "Archivi, fonti elettroniche e business history: l'avvio di una ricerca", *Archivi & Computer*, 16 (2), 114-135. <<http://www.titivillus.it/periodico.php?id=15>>.
- Lepore, A. (2007). "La storia d'impresa in Italia e le nuove frontiere digitali: archivi e risorse telematiche", *Culture e impresa*, 5, pp. 1-75. <<http://www.cultureimpresa.it/05-2007/index.html>>.
- Lepore, A. (2009). "Le fonti elettroniche per gli archivi e la storia d'impresa in Italia". In, I. Lopane (Ed.), *Archivi d'impresa. Stato dell'arte e controversia*. Bari: Cacucci. <[http://www.icsim.it/nuovo%20sito/area%20convegni\\_presentationelibri\\_premi/archivio\\_convegnistica2007\\_1996/archivio2006/archivi\\_impresa\\_spoletto11nov.htm](http://www.icsim.it/nuovo%20sito/area%20convegni_presentationelibri_premi/archivio_convegnistica2007_1996/archivio2006/archivi_impresa_spoletto11nov.htm)>.
- Levitt, T. (1983). "The Globalization of Markets", *Harvard Business Review*, 61 (3). <<http://www.vuw.ac.nz/~caplabtb/m302w07/levitt.pdf>>, <<http://hbr.org/1983/05/the-globalization-of-markets/ar/1>>).

- Lipartito, K. (1995). "Culture and the Practice of Business History", *Business and Economic History*, 24 (2), p. 1-41. <<http://www.thebhc.org/publications/BEHprint/v024n2/p0001-p0042.pdf>>, <<http://www.h-net.org/~business/bhcweb/publications/BEHprint/v024n2/p0001-p0042.pdf>>).
- Menzani, T. (2010). *Chi conserva e cosa conservare per la storia d'impresa*. Roma: Fondazione Telecom Italia. <<http://www.fondazionetelecomitalia.it/doc/programma/Menzani.pdf>>).
- Murphy, P.J.; Liao, J. e Welsch, H.P. (2006). "A conceptual history of entrepreneurial thought", *Journal of Management History*, 12 (1), pp. 12-35. <<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1537775&show=html>>.
- Payne, P.L. (1978). "British business history: A personal survey", *Business and Economic History*, 7, pp. 90-91, <http://www2.h-net.msu.edu/~business/bhcweb/publications/BEHprint/v007/p0090-p0098.pdf>.
- Piluso, G.; Calzolari, A. e Mancino, R. (2006). "Gli archivi delle imprese industriali". In, C. Pavone (Ed.), *Storia d'Italia nel secolo ventesimo. Strumenti e fonti*, vol. III, *Le fonti documentarie*, Roma: Ministero per i Beni e le Attività Culturali, Dipartimento per i Beni Archivistici e Librari, Direzione Generale per gli Archivi. <[www.archivi.beniculturali.it/DGA-free/Saggi/Saggi\\_88.pdf](http://www.archivi.beniculturali.it/DGA-free/Saggi/Saggi_88.pdf)>.
- Prahalad, C.K. (2007). *La fortuna alla base della piramide. Sconfiggere la povertà e realizzare profitti*. Bologna: il Mulino. (Ed. orig. *The fortune at the bottom of the pyramid: Eradicating poverty through profits*. Upper Saddle River (NJ): Wharton School Publishing, 2005). <<http://www.whartonsp.com/store/product.aspx?isbn=0131467506>>).
- Roverato, G. (2010). *L'impresa come paradigma storico. Profilo di storia d'impresa*. Padova: Edizioni Libreria Rinoceronte.
- Sabel, C.F. e Zeitlin, J. (1985). "Historical alternatives to mass production: Politics, markets and technology in nineteenth-century industrialization", *Past and Present*, 108, pp. 133-176. <<http://mfs.uchicago.edu/upcoming/capitalisms/readings/Sabel.pdf>>).
- Schumpeter, J. (1947). "The creative response in economic history", *The Journal of Economic History*, 7 (2), p. 149-159.
- Staglianò, R. (2006). *Chainworkers 3.0/L'era del prosumer: come le aziende sfruttano le idee dei loro clienti*, <<http://www.chainworkers.org/node/455>>).
- Staglianò, R. (2006). "Le aziende e i creativi low cost migliaia di collaboratori via web", *La Repubblica*, 17 luglio. <[http://www.repubblica.it/2006/07/sezioni/scienza\\_e\\_tecnologia/creativi-low-cost/creativi-low-cost/creativi-low-cost.html](http://www.repubblica.it/2006/07/sezioni/scienza_e_tecnologia/creativi-low-cost/creativi-low-cost/creativi-low-cost.html)>.
- Tapscott, D. e Williams, A.D. (2007). *Wikinomics. La collaborazione di massa che sta cambiando il mondo*. Milano: Etas. (Ed. orig. *Wikinomics: How mass collaboration changes everything*. New York (NY): Portfolio, 2006. <<http://www.wikinomics.com/book/>>).
- Teorie sull'impresa, Materiali <[http://www.cstassisi.eu/public/upload/Teorie\\_sull\\_impresa.pdf](http://www.cstassisi.eu/public/upload/Teorie_sull_impresa.pdf)>.
- Toninelli, P.A. (2006). *Storia d'impresa*. Bologna: il Mulino.
- Turani, G. (1996). *I sogni del grande Nord*. Bologna: il Mulino.