

Economia Aziendale Online®

N. 4/2008

“Bilancio sociale e bilancio del capitale intellettuale: quali relazioni?”

Stefania Veltri – Maria Teresa Nardo

Economia Aziendale Online®
International Business Review
Editor in Chief: Piero Mella
ISSN 1826-4719
Reg. Trib. Pavia - n. 685/2007 R.S.P.

Pavia, October, 2008
No. 4/2008

All the contents are protected by copyright.
No part can be copied without the Editor in Chief's and Author's permission.
Further information at: www.ea2000.it

Bilancio sociale e bilancio del capitale intellettuale: quali relazioni?

Stefania Veltri

Dipartimento di Scienze aziendali – Università della Calabria

Ponte Bucci, 87036 Arcavacata di Rende (CS), Italia –
Phone: 0984/492126; 0984/492876; Fax (office)
0984/492277

e-mail: stefania.veltri@unical.it

Maria Teresa Nardo

Dipartimento di Scienze aziendali – Università della Calabria

Ponte Bucci, 87036 Arcavacata di Rende (CS), Italia –
Phone: 0984/492126; 0984/492876; Fax (office)
0984/492277

e-mail: mt.nardo@yahoo.it

Sommario – 1. Considerazioni introduttive – 2. Il bilancio del capitale intellettuale– 3. La rendicontazione sociale - 4. Le relazioni tra il bilancio sociale ed il bilancio del capitale intellettuale: riscontri teorici, evidenze empiriche ed opportunità di integrazione – 5 L'Intangibles Global Report.

Abstract

Intangibles are the main firm value drivers. This consideration implies that becomes more and more critical to measure and report the intellectual capital, for each kind of firm. The new reporting statement for firm's intangible assets (i.e. intellectual capital report) are not yet of common use for the firms, but many of them already publish, on voluntary basis, documents (i.e. social report, sustainability report etc) which contain many information on intangibles. Starting from this point, the two authors question themselves on the overlapping areas related to intangibles between these two reporting models, by analysing the similarities under a theoretical profile, under an empirical one, by examining cases of companies which issue social report and intellectual capital report and also by examining the evidences of researches focused on the contact points of social and intellectual capital reports. The evidences of these overlapping areas drive the authors to consider the opportunity to integrate the information on intangibles in a new, widest report: the Intangibles Global Report.

Gli intangibili costituiscono i principali driver del valore aziendale. Tale considerazione implica che diviene sempre più critico misurare e rendicontare il capitale intellettuale, per ogni categoria di azienda. I nuovi documenti di rendicontazione per gli intangibili d'azienda (ad esempio il bilancio del capitale intellettuale) non sono di uso comune nel mondo aziendale, ma molte aziende già pubblicano, su base volontaria, documenti (quali ad esempio il bilancio sociale) che contengono diverse informazioni sugli intangibili. Partendo da questa considerazione, gli autori si interrogano sulle aree di intersezione correlate agli intangibili presenti nei due report, analizzando le similitudini sotto il profilo teorico ed empirico, esaminando casi di aziende che pubblicano sia report sociali che report sul capitale intellettuale, esaminando infine i risultati delle ricerche focalizzate sui punti di contatto tra bilancio sociale e bilancio del capitale intellettuale. Le evidenze delle aree di intersezione tra le due tipologie di report portano i due autori a considerare l'opportunità di integrare le informazioni sugli intangibili in un nuovo, più ampio documento di rendicontazione: l'Intangibles Global Report.

Parole chiave: bilancio sociale, bilancio del capitale intellettuale, risorse intangibili, valore, casi

1 - Considerazioni introduttive¹

Nell'economia attuale, definita economia della conoscenza per il ruolo critico giocato da tale fattore, importanti cambiamenti, esterni (nelle modalità di competizione) ed interni (nella composizione delle risorse) hanno causato una modifica nelle modalità di creazione del valore aziendale (Rubino, 2004; Lev, 2001; Mouritsen 2000)².

Oggi la crescita economica è meno influenzata dagli asset fisici e più dalla conoscenza, che è divenuta un fattore critico nelle applicazioni produttive e nella valorizzazione del capitale fisico³. Il successo competitivo richiede una capacità critica di sviluppare, gestire, misurare e controllare il flusso di conoscenza e gli intangibili, che giocano, pertanto, un ruolo dominante nella abilità delle aziende di innovare e di competere in una economia basata sulla conoscenza.

La fonte principale del valore d'azienda non risiede più pertanto nella produzione di beni materiali, bensì nella creazione, acquisizione e valorizzazione degli intangibili⁴.

Le aziende non possono pertanto permettersi di ignorare gli intangibili, nuovi driver del valore, né sotto il profilo gestionale né sotto quello comunicazionale. In particolare, in relazione al secondo profilo, si pone il quesito se utilizzare, modificandolo opportunamente, il bilancio d'esercizio per la rilevazione degli intangibili o se occorre servirsi di report complementari al bilancio, ed in questo secondo caso se occorre servirsi di report creati *ad hoc* per la rilevazione delle risorse intangibili o di report complementari al bilancio, ampiamente diffusi tra le aziende, che già registrano elementi di natura intangibile.

Una disclosure sugli intangibili già esiste nei bilanci tradizionali, così come esiste una vastissima area di ricerca (*content analysis*) che si occupa di analizzare tale disclosure nei bilanci d'esercizio⁵. L'approccio seguito nell'articolo sposa tuttavia la posizione di chi ritiene che il bilancio, a causa delle sue regole di costruzione, non sia in grado di evidenziare il complesso delle

¹ Sebbene frutto di un lavoro congiunto i par. 1, 2 e 4 sono di Stefania Veltri; i par. 3 e 5 sono di Maria Teresa Nardo.

² Per una puntuale definizione dei fattori critici di successo, si rinvia a Pozzoli, 1996. Per un'analisi della nozione di creazione del valore, si rinvia a Musai, 2002; Guatri, 1991; Donna, 1999; Rappaport, 1986; Copeland-Koller-Murin, 1994, Stewart, 1991.

³ "(...) the only – or at least the main – producers of wealth are information and knowledge (...) How knowledge behaves as an economic resource we do not yet fully understand". Cfr. P. Drucker, 1993. Per approfondimenti, T. A. Stewart, 1999; A. Quagli, 1995.

⁴ "The principal source of economic value and wealth is no longer the production of material goods, but lies in the creation, acquisition and exploitation of intangibles", PRISM report (2003), p. 11, disponibile sul sito www.eu.intangibles.net.

⁵ La *content analysis* è una metodologia di codificazione di un testo o del contenuto di uno scritto in vari gruppi o categorie basati su criteri selezionati (Weber, 1985). Esso assume che la frequenza è un indicatore dell'importanza del soggetto da esaminare (Krippendorff, 1980). Per un'analisi dei principi della *content analysis*, si veda Guthrie-Petty-Yongvanich-Ricceri, 2003. Tra gli studi sugli intangibili effettuati in base alla *content analysis*, si vedano Guthrie – Petty, 2000; Brennan, 2001; Bozzolan – Favotto – Ricceri, 2003. Per un confronto di questi studi, si veda Veltri, 2007b.

risorse intangibili a disposizione dell'impresa e che tale compito dovrebbe essere assolto da documenti complementari al bilancio di esercizio, centrati sugli intangibili d'azienda⁶ (Lev, 1996; Smith and Parr, 2000, Sullivan, 2000; Zambon, 2004).

La risposta più adeguata per una ottimale disclosure degli intangibili sarebbe la redazione e comunicazione del c.d. bilancio dell'intangibile, tuttavia tale bilancio ha una ridotta diffusione sul territorio nazionale, mentre numerose informazioni sugli intangibili aziendali sono già contenute nei bilanci ambientali, sociali e di sostenibilità pubblicati su base volontaria da numerose società. Si pone pertanto una duplice esigenza, e sotto il profilo concettuale, a causa delle aree di sovrapposizione esistente tra le due forme di reportistica, e sotto il profilo pratico, relativo alla duplicazione di documenti di reportistica volontaria aziendale, di indagare sull'opportunità di integrare in un unico documento la reportistica volontaria d'azienda.

2 – Il bilancio del capitale intellettuale

Una puntuale definizione degli intangibili e del capitale intellettuale (CI)⁷ è qualcosa che va oltre lo scopo di questo articolo; si tratta di un concetto di studio complesso, ancora in via di definizione (Zambon, 2004) ed in continua evoluzione, che si caratterizza per la sua trasversalità: gli studiosi che si sono occupati di intangibili hanno trattato il tema in relazione agli interessi della loro ricerca, concentrandosi di volta in volta su aspetti differenti, funzionali ai modelli o all'analisi da loro proposta (Marr, 2004)⁸.

⁶ Il bilancio ha difficoltà nel misurare correttamente il valore degli intangibili a causa di due importanti limiti: l'utilizzo del costo storico nella valutazione delle attività e l'impossibilità di registrare gli intangibili prodotti internamente). Il primo limite trova un correttivo nella possibilità, introdotta dall'*International Accounting Standard Board* (IASB) e dal *Financial Accounting Standard Board* (FASB), rispettivamente con gli IAS 38 - *Intangible assets* and IAS 36- *Impairment of assets*, e con i FAS 141 – *Business combination* e FAS 142 – *Goodwill and other intangible assets*, di registrare le risorse intangibili che rispettano ben definite regole contabili al loro fair value (la risorsa deve essere identificabile, separabile, autonomamente trasferibile sul mercato, sotto il controllo dell'azienda e apportatrice di probabili benefici futuri per l'azienda). Il secondo limite attiene alla visione dell'azienda che crea valore solo attraverso lo scambio con terze economie, mentre la maggior parte degli intangibili contribuisce a creare valore nel momento in cui viene utilizzato all'interno dei processi di produzione aziendale, cioè ben prima che le transazioni commerciali abbiano luogo. In ogni caso nel bilancio non trovano spazio le risorse intangibili che non rispettano ben definite regole contabili, né le attività (intese nel senso di azioni compiute sulle risorse) intangibili che, come vedremo, sono parte integrante del capitale intellettuale. La nozione di capitale intellettuale è più ampia di quella contabile di *intangible assets*. Come evidenziava già Zappa nel 1950, le scritture contabili considerano solo una parte, e spesso non la più rilevante, degli accadimenti aziendali, la vita dell'azienda è più complessa di quello che appare alle scritture contabili. Cfr. Zappa, 1950.

⁷ Nonostante le differenze terminologiche esistenti tra la nozione di intangibili e quella di capitale intellettuale, nell'articolo i due termini saranno utilizzati come sinonimi.

⁸ Tra le principali aree di ricerca sugli intangibili, ricordiamo l'approccio contabile (Lev, 2001, Fazzini 2004, Ferraro, 2007), l'approccio correlato alle tematiche di valutazione d'azienda (Donna-Revellino, 2004; Guatri 1997; Silvestri 2007), l'approccio di tipo manageriale, orientato ad una più efficace gestione degli intangibili (Mouritsen et al. 2001; Mouritsen et al. 2002). Per un'analisi dei diversi modelli di misurazione del capitale intellettuale cfr. Sveiby,

I pochi punti fermi su cui gli studiosi sono d'accordo sono relativi alla ripartizione triplice del capitale intellettuale in capitale umano, capitale strutturale e capitale relazionale, e sui caratteri fondamentali del capitale intellettuale, concetto dinamico (Aiskaintis-Bareisis, 2005) e *firm specific* (Kianto, 2007)⁹. Il carattere dinamico del CI si evidenzia sia nella definizione degli elementi che lo compongono, per cui la classificazione degli intangibili si modifica costantemente nel tempo (Grojer, 2001), sia nell'approccio al suo studio: solo l'utilizzo di una prospettiva dinamica, orientata ai flussi ed alle interazioni tra le diverse componenti del capitale intellettuale e tra le risorse intangibili e quelle tangibili d'azienda nel complesso processo gestionale è in grado di evidenziare il contributo degli intangibili alla creazione del valore aziendale. Il carattere *firm specific* si sostanzia nella considerazione che gli elementi contenuti nel capitale intellettuale variano fortemente da un'azienda all'altra, in relazione al settore, al tipo di azienda, alla dimensione etc.

Proprio tali caratteristiche rendono difficile l'individuazione di standard universalmente riconosciuti per la rendicontazione del capitale intellettuale d'azienda, tuttavia sforzi in tal senso sono stati compiuti, e nell'evoluzione compiuta dagli studi sul capitale intellettuale si è passati da modelli di prima generazione, frutto di ideazione ed intuizioni di esponenti del mondo aziendale e consulenziale per rispondere alle problematiche di gestione degli intangibili, a modelli c.d. evoluti, risultato di iniziative promosse da organismi politici nazionali o sopranazionali, che hanno portato alla redazione di standard¹⁰.

Il modello del bilancio del capitale intellettuale da noi descritto è quello proposto dalle linee guida danesi (DATI, 2000; DMSTI, 2003), che recepisce la nozione evoluta di capitale intellettuale come *sistema dinamico di risorse intangibili basate sulla conoscenza*. Il presupposto logico alla base del modello del bilancio dell'intangibile è la seguente: se si crea conoscenza si incrementa il capitale intellettuale e, di conseguenza, si genera valore. Il punto di partenza è pertanto

2001; Zambon, 2003; Bontis, 2001; AIAF, 2003; Guthrie - Yongvanich, 2004, Veltri, 2007a; Bontis, 2001; Andriesen, 2004; Chiucchi, 2004.

⁹ Il *capitale umano* è costituito dalle conoscenze, dalle capacità, dalle competenze e dalle esperienze possedute dai lavoratori di una azienda; il capitale *organizzativo* è costituito dalle conoscenze strutturate possedute dall'azienda e condivisibili (database, procedure ecc.); il capitale *relazionale* è costituito dall'insieme delle relazioni tra l'azienda e i suoi stakeholder (Chiucchi, 2004; MERITUM, 2002).

¹⁰ Per i modelli di misurazione del capitale intellettuale di prima generazione il riferimento è a modelli quali ad esempio lo Skandia Navigator di Edvinsson e Malone, 1997 e all'Intangible Asset Monitor (IAM) di Sveiby, 1997. Per i modelli di misurazione evoluta del capitale intellettuale il riferimento è a due iniziative, che tra le tante risultano fortemente accreditate nella dottrina e nella prassi nazionale ed internazionali ed hanno avuto la maggiore diffusione in Europa: l'iniziativa promossa dal governo danese per la realizzazione delle linee guida per la redazione del report del capitale intellettuale ed il progetto MERITUM. Le linee guida danesi (DATI – Danish Agency For Trade And Industry, 2000; DMSTI - Danish Ministry Of Technology And Innovation , 2003, entrambi disponibili sul sito www.vtu.dk), sottolineano la correlazione esistente tra il bilancio del capitale intellettuale e il knowledge management, e vedono il bilancio dell'intangibile come un documento che ha l'obiettivo di dare un'immagine dello sforzo aziendale nello sviluppare le risorse legate alla conoscenza (lavoratori, clienti, tecnologie e processi). Il progetto Meritum, sponsorizzato dalla Comunità europea, si rifà al modello generale del capitale intellettuale articolato nelle tre categorie del capitale umano, capitale organizzativo e capitale relazionale, seguendo tuttavia un approccio dinamico, focalizzato sull'interazione tra risorse intangibili ed attività intangibili (MERITUM, 2002).

la strategia basata sulla conoscenza (correlata alla strategia globale d'azienda), la quale si traduce in obiettivi di conoscenza, perseguiti attraverso azioni/attività basate sulla conoscenza, attività che permettono di innalzare l'entità e la qualità delle risorse intangibili, elevando così il potenziale a disposizione dell'azienda. Entrambe, attività e risorse, sono misurate dagli indicatori, correlati tra loro da relazioni di concausa ed effetto molteplici. Il valore per l'azienda si crea combinando il contributo delle risorse intangibili con le altre risorse aziendali all'interno dei processi gestionali.

Il bilancio dell'intangibile è pertanto uno *strumento di misurazione del capitale intellettuale* il cui output è un report che contiene una batteria di indicatori di tipo non esclusivamente monetario, ma anche quantitativo.

Tale documento ha sia una finalità informativa esterna che una gestionale interna, è l'output di un processo di reporting, e assurge esso stesso a strumento di creazione e diffusione di conoscenza, fa parte del knowledge management aziendale: è attraverso la sua redazione che si comprende come si concretizza il capitale intellettuale in un'organizzazione, quali attività vengono poste in essere per svilupparlo e quali sarebbe opportuno monitorare.

Sotto il profilo empirico, l'analisi dei bilanci del capitale intellettuale più noti a livello nazionale (bilanci redatti dalle aziende Brembo, Intercos, Agrileasing e Plastal) valida le considerazioni esposte sotto il profilo teorico e ne fa emergere di nuove¹¹.

Dall'analisi dei casi emerge la natura *firm specific* del capitale intellettuale: i bilanci, pur avendo una matrice comune in quanto elaborati dalla stessa società di consulenza prendendo come modello dichiarato il modello danese, evidenziano indicatori diversi per le diverse categorie; alcuni indicatori inseriti da un'azienda in una categoria di capitale intellettuale sono inseriti da un'altra in una categoria differente; le aziende in esame *non seguono un framework condiviso in relazione al contenuto delle categorie del capitale intellettuale o alle risorse da inserire in tali categorie*¹².

Figura 1: Principali indicatori del capitale relazionale in Brembo, Intercos, Banca Agrileasing e Plastal

Gruppo Brembo	Gruppo Intercos	Banca Agrileasing	Plastal
Capitale relazionale <i>Crescita e rinnovamento</i> % fatturato derivante da nuovi clienti	Consumatori Immagine percepita dai clienti Immagine incrociata clien-	Capitale relazionale Valore dello stipulato Quota di mercato Rapporto con il mercato	Capitale relazionale Fatturato Nro di clienti produttori con fatt. di 15 mil di euro

¹¹ Il gruppo Brembo è leader mondiale nei sistemi frenanti per auto, moto ad elevate prestazioni e veicoli commerciali; Intercos è un'azienda leader mondiale nella ricerca, produzione e commercializzazione di prodotti cosmetici; Banca Agrileasing è una società di leasing del credito cooperativo e una delle più importanti società di leasing in Italia, specializzata nel finanziamento degli investimenti produttivi delle piccole e medie imprese e degli artigiani, Plastal è una società del settore automotive, produce componenti in plastica interni ed esterni. Per approfondimenti, si rinvia a Veltri (Veltri, 2007b).

¹² Ad esempio l'indicatore dell'immagine percepita dai dipendenti, inserito dalla Brembo nel capitale strutturale, dalla Plastal nel capitale umano.

<p>numero di nuovi clienti acquisiti corporate image esterna brand awareness <i>Efficienza e capacità di creare valore</i> customer satisfaction inde- customer satisfaction per I 5 best customer fatturato medio per cliente <i>Solidità e sostenibilità competitiva</i> % di fatturato per i 5 best customer tasso di fedeltà dei consu- matori (customer loyalty): % di clienti fedeli % di fatturato derivanti da clienti fedeli</p>	<p>ti-dipendenti Marketing <i>Marketing strategico</i> Nuove linee di make up sviluppate Formule esistenti rielabo- rate Nuovi colori stagionali presentati Nuovo packaging <i>Marketing operativo</i> Eventi promozionali Nuovi contatti con i clienti Numero di presentazioni ad hoc per i clienti Ore impiegate per la pre- sentazione ai clienti Catena distributiva <i>Responsabilità in Intercos</i> Responsabilità per ritardi nella fornitura (volume) (volume) Responsabilità per ritardi nella fornitura (beni) (volume) Responsabilità dei consu- matori per il ritardo nella fornitura Indice di affidabilità Indice di affidabilità rico- struito (incluso resp. cons.) <i>Qualità</i> Reclami accettati/numero di lotti Prodotti restituiti/numero di lotti Efficacia totale dei con- trolli sulla qualità</p>	<p>delle Banche di Cred. Co- op. Stipulato generato da nuo- vi clienti Numero degli “addetti leasing” formati nell’anno Propensione al riacquisto Numero di clienti che ripe- tono l’acquisto</p>	<p>Clienti presidiati Quota di mercato Soddisfazione “soft” (<i>rela- tivi ai rapporti interperso- nali tra Plastal ed i propri clienti</i>) Soddisfazione “hard” (<i>va- lutazione dell’affidabilità relativamente a diversi fattori</i>) Grado di conoscenza dei prodotti da parte del klien- te Scarti presso i clienti (<i>me- dia % scarti rilevati dai clienti/valore degli scarti accettabili</i>) Puntualità nelle consegne Numero di fornitori par- tner dell’indotto Indice di soddisfazione del fornitore Idee innovative arrivate dai fornitori</p>
--	--	---	--

Fonte: Bilanci dell’intangibile del gruppo Brembo, del gruppo Intercos, Banca Agrileasing, Plastal per il triennio 2000-2002

L’esame dei diversi modelli di bilancio dell’intangibili ci porta pertanto a sottolineare che il *bilancio dell’intangibile è uno strumento creato su misura per una realtà unica*, gli indicatori individuati sono distintivi della singola organizzazione e la loro analisi acquisisce valore solo all’interno dell’azienda stessa, i bilanci sono costruiti attorno all’identità aziendale. In Intercos, ad esempio, il bilancio dell’intangibile è stato costruito sul *core concept* dell’innovazione quale principale fonte di valore e dei clienti quale principale forza che guida tale fonte.

Tuttavia, a parere di chi scrive, il fatto che gli indicatori che descrivono le risorse intangibili in imprese diverse sono spesso diversi non rende impossibile eventuali analisi di benchmark, rea-

lizzabili prendendo in considerazione una sottoselezione degli indicatori che abbiano valenza universale (fig. 1, 2,3).

Figura 2: Principali indicatori del capitale strutturale in Brembo, Intercos, Banca Agrileasing e Plastal

Gruppo Brembo	Gruppo Intercos	Banca Agrileasing	Plastal
Capitale organizzativo <i>Crescita e rinnovamento</i> % di fatturato derivante da nuovi prodotti numero di nuovi marchi/brevetti % di fatturato investito in R&S % di investimenti intangibili sul V.A. Livello di energia positiva presente nell'impresa <i>Efficienza e capacità di creare valore</i> Indicatori di efficienza dei processi produttivi % di personale amministrativo fatturato pro capite del personale amministrativo <i>Solidità e sostenibilità competitiva</i> Turn-over del personale di produzione Internal corporate image Grado di allineamento del management agli obiettivi aziendali Coerenza della cultura aziendale Employee satisfaction index Rookie ratio	Innovazione Numero di progetti di ricerca di materie Intercos Numero di nuovi materiali sviluppati da Intercos Numero di nuovi prodotti con materie Intercos Numero di nuovi prodotti proposti al mercato Numero di nuovi prodotti sviluppati su richiesta del cliente	Capitale strutturale <i>Produttività</i> Stipulato pro-capite Contratti gestiti pro-capite Riduzione del tempo di stipula	Capitale organizzativo Numero dei progetti sviluppati Investimenti in Ricerca e Sviluppo Numero dei brevetti registrati Numero di brevetti attivi Brevetti in produzione Percentuale del valore dei prog. parzialmente fin. Economie da miglioramento di prodotto Operatori in autocontrollo (<i>esprime il livello di comp. specifiche e il grado di resp. del pers di pdz</i>) Costo degli scarti sul fatturato

Fonte: Bilanci dell'intangibile del gruppo Brembo, del gruppo Intercos, Banca Agrileasing, Plastal per il triennio 2000-2002

Dai casi esaminati, appare evidente che il vero scopo del bilancio dell'intangibile non è la certezza e la precisione in termini quantitativi delle informazioni raccolte, che essendo in parte derivanti da *survey* interne ed esterne riflettono le percezioni delle persone coinvolte, bensì è quello di una *maggiore e più consapevole comprensione delle dinamiche che caratterizzano le correlazioni tra i principali driver nella creazione di valore*, i collegamenti tra i diversi indicatori, i quali a loro volta riflettono l'andamento dei driver di valore dell'organizzazione. Ciò costituisce il cosiddetto processo dinamico a rete che viene riportato nella relazione finale al bilancio

in cui gli indicatori, oltre ad essere analizzati nel loro trend annuo, vengono anche analizzati mettendoli in relazione fra loro.

Figura 3: Principali indicatori del capitale umano in Brembo, Intercos, Banca Agrileasing e Plastal

Gruppo Brembo	Gruppo Intercos	Banca Agrileasing	Plastal
Capitale umano <i>Crescita e rinnovamento</i> Livello medio di competenza del management Grado di leadership del management Anzianità media del management Anzianità media del personale Investimento pro capite in formazione % del fatturato investita in formazione % di persone con laurea % di persone con un diploma superiore <i>Efficienza e capacità di creare valore</i> Gap di competenze complessivo Valore aggiunto per persona Valore aggiunto per manager <i>Solidità e sostenibilità competitiva</i> Gap di core competency Età media del personale Turn-over del personale	Persone Numero totale di forza lavoro nel gruppo Intercos Numero totale di forza lavoro alla Intercos SpA - di cui interni - di cui esterni Turn-over della forza lavoro Percentuale di impiegati membri del sindacato Percentuale di donne sulla forza lavoro Percentuale di donne sui senior manager Indice di soddisfazione media degli impiegati Indice di soddisfazione media del management Indice medio di motivazione ed energia degli impiegati Indice medio di motivazione ed energia del management Indice medio di leadership del management Indice medio di competenza emozionale del management	Capitale umano Numero dei dipendenti Turn over in entrata Turn over in uscita Personale femminile Personale con laurea Rapporto collaboratori esterni / forza lavoro totale Investimenti in formazione (€) Ore di formazione Ore di formazione pro-capite	Capitale umano Immagine aziendale Stile di leadership Energia del personale Motivazione del personale Allineamento del management (rispetto agli obiett.) Orientamento del management (verso ob. di consolidamento piuttosto che di innovazione) Ore totali di training Ore pro-capite di formazione Laureati Età media del personale Anzianità media (anni) Coerenza della cultura aziendale con il modello del management

Fonte: Bilanci dell'intangibile del gruppo Brembo, del gruppo Intercos, Banca Agrileasing, Plastal per il triennio 2000-2002

La principale finalità è quella di *ricercare ed evidenziare nessi causali tra indicatori diversi e tra gli indicatori e la strategia aziendale*, al fine di mettere in luce le dinamiche del processo creativo di valore. Tali analisi sono finalizzate ad una più precisa comprensione delle dinamiche e delle interrelazioni che intercorrono tra i diversi indicatori, per giungere ad una migliore comprensione dei processi che portano alla creazione di valore. Il bilancio del capitale intellettuale riveste pertanto un'importanza primaria sia per la spiegazione ed il commento degli indicatori utilizzati e delle analisi svolte sia per lo sviluppo delle interazioni dinamiche tra gli indicatori stessi: un dato che, isolato, potrebbe a prima vista essere considerato negativo, messo in correlazione con altri indicatori apre nuovi spiragli di riflessione. Il suo ruolo fondamentale è quello di evi-

denziare tutti gli aspetti, positivi e non, che emergono da un'analisi complessiva degli indicatori e delle interrelazioni tra loro esistenti, offrendo al management una chiave di lettura affidabile ed uno strumento di monitoraggio della creazione di valore.

Un altro importante elemento da sottolineare è che applicare un approccio del capitale intellettuale implica un *cambiamento radicale nella cultura dell'azienda*: ciò significa che deve esistere il pieno coinvolgimento del top management sul progetto fin dall'inizio, e durante il progetto il coinvolgimento delle altre persone che lavorano in azienda deve essere assicurato. Lungi dall'essere esclusivamente un esercizio di pubbliche relazioni, l'impatto per un'impresa che adotta un approccio focalizzato sul capitale intellettuale è molto alto in quanto il report espone le debolezze dell'impresa, per cui dovrebbe contenere le azioni che l'azienda vuole mettere in atto per superarle (passar cioè dalla misurazione alla gestione).

Per tutte le realtà aziendali esaminate, *il capitale intellettuale non è limitato ad uno stock di risorse intangibili*, in quanto tutte assieme queste risorse formano un sistema in grado di creare valore, che combina le varie componenti del capitale intellettuale tra loro e le fa interagire con le risorse tangibili. Percepire le risorse come correlate all'interno di un processo ha due importanti implicazioni: in primo luogo le risorse non vanno considerate singolarmente ma nella loro interazione, in secondo luogo un incremento di una delle risorse può farne sviluppare molte altre.

3 – La rendicontazione sociale

La crescente complessità ambientale e la richiesta di maggiori informazioni sulle performance aziendali nella loro globalità ha portato l'impresa a dare un peso sempre più rilevante alla dimensione della *corporate social responsibility* (Terzani, 1987; Epstein, 1987; Dahlsrud, 2008).

La responsabilità sociale, percepita dalle imprese e nel dibattito di numerosi studiosi come fattore critico di successo capace di influire positivamente sul profitto di lungo periodo, viene rendicontata attraverso documenti informativi che di volta in volta assumono la denominazione di bilancio ambientale, sociale o di sostenibilità¹³. Di seguito si illustreranno alcuni aspetti caratteristici ed alcuni tra i principali standard di riferimento di uno tra i più diffusi documenti di comunicazione della responsabilità sociale d'impresa: il *bilancio sociale*¹⁴. Il bilancio sociale è un do-

¹³ Nello scritto i termini bilancio sociale e di sostenibilità saranno utilizzati come sinonimi, anche se in teoria il bilancio di sostenibilità costituisce un ambito superiore di rendicontazione sociale rispetto al bilancio sociale, poiché tiene conto anche dell'impatto futuro delle scelte di governo aziendale. Per approfondimenti cfr. A. Bandettini, 1983, G. Rusconi, 1988, Zadek et al., 1997, Carnevale, 2005. Il bilancio ambientale è invece un documento informativo attraverso cui si descrivono le relazioni tra azienda e ambiente. Per approfondimenti cfr. C. Mio, 2001; Gray et al., 1993. Si vedano inoltre Mathews, 1997; Parker, 2005, Gray et al., 1995; Gray et al., 1996.

¹⁴ La diffusione del bilancio sociale, documento redatto fin dai primi anni '20 dalle principali aziende multinazionali, in Italia registra un vero e proprio boom a partire dagli anni '90, con il documento sociale di alcune importanti realtà aziendali quali le Ferrovie dello Stato, il Credito Valtellinese, l'Enel, l'Eni, l'Agip Petroli, la Telecom, etc. (Contraffatto – Rusconi, 2005).

cumento non obbligatorio, che fornisce informazioni differenti rispetto a quelle contenute nel bilancio d'esercizio, con valenza informativa sia interna che esterna¹⁵.

In termini di contenuto, l'assenza di standard generalmente accettati ha reso estremamente variegato il contesto nel quale si muove chi si occupa di rendicontazione sociale: molti e diversi sono i modelli proposti dagli organismi che si occupano del tema. Tale circostanza ha generato una moltiplicazione disordinata dei prospetti di rendicontazione; documenti dai nomi diversi presentano a volte uno stesso contenuto e, al contrario, report che dovrebbero, a giudicare dalla loro denominazione, essere quanto meno analoghi, sono del tutto differenti nella forma e nella sostanza¹⁶.

Nell'ambito degli standard di redazione del bilancio sociale, si distinguono gli *standard di contenuto* e gli *standard di processo*. I primi hanno come obiettivo di individuare e disciplinare direttamente la struttura e il contenuto che deve assumere il bilancio sociale. Gli standard di processo, al contrario, non contenendo indicazioni sul contenuto e la struttura del bilancio sociale, intendono definire il percorso gestionale che l'azienda deve seguire per migliorare le sue prestazioni economiche e sociali¹⁷. Per motivi di rilevanza rispetto al tema oggetto del presente articolo, visto che l'obiettivo è quello di individuare sotto un profilo teorico i contenuti del bilancio sociale, saranno trattati due tra i più diffusi standard di contenuto di rendicontazione sociale, elaborati da organismi nazionali e internazionali¹⁸:

- la *Global reporting initiative* (Gri, 2002; 2006)¹⁹;
- le *Linee guida* del Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del bilancio sociale (GBS, 2001; 2007)²⁰.

La *Global Reporting Initiative (GRI)* nasce nel 1997 a Boston con lo scopo di individuare delle linee guida comuni per la redazione dei report sociali in ambito internazionale. In questa logica il Gri ha elaborato uno standard di contenuto la cui principale caratteristica è quella di considera-

¹⁵ In relazione alla non obbligatorietà del bilancio sociale, l'unico Paese in cui è obbligatorio il bilancio sociale è la Francia, che dal 1977 con la legge n. 77/69 ha introdotto l'obbligo del *Corporate report* per le aziende con un certo numero di dipendenti. Tale bilancio è rivolto soprattutto all'informativa interna ed ha contenuti relativi ai rapporti con i dipendenti. Cfr. S. Terzani, 2002.

¹⁶ Tale circostanza è l'effetto di una assenza di standard riconosciuti e generalmente accettati, fondamentali quando le forme di rappresentazione dei risultati d'impresa hanno valenza informativa esterna. La comunicazione esterna, infatti ha bisogno e deve seguire delle regole. La qualità dell'informazione della comunicazione esterna, risiede infatti nella ragionevole certezza che chi la produce ha seguito un processo che sia ripetibile, generalizzabile e non finalizzato a indurre in errore l'utilizzatore del bilancio. Cfr. G. Farneti - S. Pozzoli, 2005.

¹⁷ Tra gli standard di processo ricordiamo la *AccountAbility* (ISEA 1999a; 1999b; 2002) e la *Copenhagen charter* (Aa. Vv. 1999).

¹⁸ Tra queste iniziative si ricorda il "Libro Verde" della Commissione Europea (2001) e i dieci principi *Global Compact* emanati dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro e dall'Onu (cfr. www.globalcompactitalia.org).

¹⁹ Nel mese di ottobre 2006 il GRI ha presentato la terza versione delle linee guida (G3) per i rapporti di sostenibilità.

²⁰ Tra i modelli di contenuto si è scelto il modello GBS rispetto ai modelli IBS e Comunità e Impresa poiché di recente emanazione, nonché elaborato dagli autori di questi ultimi. Cfr.: www.gruppobilanciosociale.org.

re, in un unico documento denominato “bilancio di sostenibilità”, l’illustrazione della complessiva performance aziendale (economica, ambientale e sociale). La struttura del bilancio di sostenibilità proposta dalle GRI, la cui adozione è tra l’altro raccomandata in Italia dal Consiglio Nazionale dei Dottori Commercialisti (CNDC, 2004), è composta da cinque sezioni: visione e strategia, profilo, struttura della governance e sistemi di management, indice dei contenuti GRI, indicatori di performance. In particolare quest’ultima parte, rifacendosi alla logica del *triple bottom line*, presenta una serie di indicatori riguardanti la dimensione economica, ambientale, sociale.

Il *Gruppo di studio sul Bilancio Sociale (GBS)*, un gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del bilancio sociale, è un organismo costituitosi nel 1998 in Italia che ha emanato nel 2001 uno standard di contenuto per l’elaborazione del bilancio sociale nelle imprese, nel 2004 lo stesso modello con alcune varianti per la pubblica amministrazione. *Le linee guida generali del bilancio sociale* emanate nel 2001 stabiliscono un framework valevole per tutte le tipologie di aziende. Il documento si apre chiarendo che l’oggetto delle statuizioni è il “bilancio sociale”, inteso come documento autonomo rispetto al bilancio d’esercizio, non bilanciante, redatto periodicamente, di natura consuntiva, con carattere pubblico e sottoscritto dall’organo di governo, che risulta pertanto responsabile per le informazioni in esso inserite. Le parti in cui si articola il bilancio sociale nel modello del GBS sono tre: identità dell’azienda; produzione e distribuzione del valore aggiunto; relazione sociale (GBS, 2001).

L’analisi dei *framework* relativi ai due modelli esaminati ci consente di evidenziare come la maggior parte delle informazioni richieste siano informazioni sugli intangibili aziendali: visione e strategia, struttura della governance e sistemi di management sono presenti sia per il modello GRI che per il modello GBS²¹.

Dall’osservazione delle tendenze che si vanno delineando nel mondo della comunicazione non obbligatoria delle imprese, appare chiaro che è difficile rinvenire un bagaglio di esperienze comuni che tendano a convergere in un modello più o meno consolidato, suscettibile di ergersi a standard; in questo campo, infatti, manca la cultura dello standard²². Tale situazione può andare bene fino a quando l’informativa è di tipo interno, di ausilio al management, ma nel momento in cui le forme alternative di rappresentazione dei risultati hanno valenza informativa esterna (vedi

²¹ “(...) il benessere e la qualità sociale e ambientale, la sostenibilità aziendale, la corporate governance, l’eticità del business presentano numerosi elementi intangibili nella loro implementazione (...)” Cfr S. Zambon (2004). Da sottolineare come il modello AIAF 2002 di comunicazione sugli intangibili analizza le informazioni fornite dalle aziende su sei variabili: consumatori, risorse umane, organizzazione, processi ed innovazione, strategia e corporate governance, informazioni fornite anche nei bilanci sociali (AIAF, 2002).

²² Per esempio ad oggi non esiste, nel mondo imprenditoriale, un modello condiviso di Bilancio Sociale – con eccezione per quello per le banche recentemente approvato dall’A.B.I. – e non esistono gli indispensabili principi contabili e di revisione, per cui è necessario fare riferimento ai principi fissati a livello internazionale dall’Isea (Institute for social and ethical accountability): comparabilità, regolarità e sviluppo, integrazione, verifica esterna; miglioramento continuo. Cfr. A.B.I., 2001.

il bilancio sociale, il bilancio di sostenibilità e il bilancio del capitale intellettuale), si necessita di standard riconosciuti.

Al contrario, in assenza di standard generalmente accettati e di univoche linee guida di riferimento nel campo della rendicontazione degli intangibili, quelli che dovrebbero essere buoni esempi (best practices) con la loro eterogeneità rischiano di alimentare la confusione più che ridurla, rendendo ancor più evidenti gli effetti negativi della mancanza di un linguaggio comune in materia (Farneti – Pozzoli, 2005).

Proprio con riferimento a questi elementi di criticità si afferma un modo eterogeneo di rendicontare gli intangibili: è sotto gli occhi di tutti che documenti dai nomi diversi presentano a volte un identico contenuto e, al contrario, report che dovrebbero a giudicare dalla loro denominazione essere quanto meno analoghi, sono del tutto differenti nella forma e nella sostanza.

Sotto il profilo empirico, si è scelto di esaminare le aziende Telecom ed Enel, selezionate perché aziende che adottano una reportistica sociale per comunicare gli intangibili²³.

Tali aziende sono state messe a confronto sotto il profilo della struttura dei report non obbligatori elaborati, utilizzati per il reporting degli elementi sociali, ed ambientali, elementi che appartengono alla sfera intangibile dell'azienda.

In relazione alla struttura dei report elaborati dalle due aziende, Enel ha per il 2004 redatto un bilancio di sostenibilità o report degli stakeholder²⁴. Tale documento, pubblicato a cura della Direzione Comunicazione, fin dall'edizione 2002/2003 rappresenta il prodotto del processo di pianificazione, programmazione e controllo. Esso è formato da:

- una prima parte riguardante la “carta d'identità”; in essa sono descritte le caratteristiche generali dell'azienda, gli stakeholder di riferimento, la distribuzione del valore aggiunto, la governance;
- una seconda parte relativa alla responsabilità economica;
- una terza parte relativa alla responsabilità ambientale;
- una quarta parte relativa alla responsabilità sociale nei confronti dei dipendenti e della Comunità;
- una quinta parte relativa alla responsabilità ambientale, tematica questa rendicontata, oltre che nel bilancio di sostenibilità, anche attraverso uno specifico e ulteriore bilancio non obbligatorio (bilancio ambientale).

²³ Per avere un'idea della diffusione della reportistica sociale tra le imprese italiane, da un'indagine realizzata da PKf, network internazionale di revisione contabile, e Atman Project, su un campione di 200 imprese, consultate fra il 2005 e il 2006, risulta che nel nostro Paese la quota delle grandi aziende che redigono il bilancio sociale ha ormai toccato il 60% (Silva, 2006). I casi presentati sono stati scelti in quanto l'autrice ha avuto modo di avere un contatto diretto con i responsabili aziendali della comunicazione sociale e questo ha consentito di utilizzare una prospettiva interna nell'analisi dei casi.

²⁴ Anche se per Enel i due termini sono sinonimi, nella letteratura, in particolare internazionale, sono usati con riferimento a due modelli diversi.

Nel bilancio di sostenibilità la metodologia utilizzata da Enel fa riferimento agli Standard internazionali di Global Reporting Iniziative, London Benchmarking Group e Accountability 1000, alle informazioni richieste dalle maggiori agenzie di rating della sostenibilità (SAM per il Dow Jones Sustainability, Index ed EIRIS per il FTSE4Good) ai fini dell'ammissione agli indici borsistici di sostenibilità, nonché alle best practice internazionali e nazionali.

Per quanto riguarda i dati contenuti nel bilancio di sostenibilità, viene riportata una indicazione, attraverso schede in allegato al bilancio di sostenibilità, di congruenza con i principi di CSR e Social Commitment (CSR-SC) messi a punto dal Ministero del Lavoro e delle Politiche Sociali nonché con le richieste delle principali agenzie di rating di sostenibilità.

Anche Telecom intende per bilancio di sostenibilità un bilancio che integra la dimensione sociale ed economica della rendicontazione con quella ambientale.

Telecom è arrivata a rendicontare le sue attività in questa triplice dimensione attraverso un processo evolutivo di CSR; al rapporto sociale nel 1999 si è sostituita negli ultimi tre anni la sezione di sostenibilità, allegata al bilancio consolidato.

In termini di contenuto e struttura del documento, per Telecom sono fondamentali il calcolo del valore aggiunto e la sua distribuzione tra gli stakeholder esterni (clienti, fornitori, concorrenti, istituzioni, ambiente, comunità) ed interni (risorse umane ed azionisti). Nel report di Telecom, rispetto al bilancio di sostenibilità di Enel, viene dedicato maggior spazio al calcolo del valore aggiunto attraverso la riclassificazione dei principali dati economici, patrimoniali e finanziari.

In ogni caso, in termini di struttura del documento sia Enel che Telecom si ispirano al modello GRI.

Molti indicatori contenuti nella sezione di sostenibilità di Telecom si ritrovano nel rapporto degli stakeholder di Enel; in particolare ciò si verifica per quegli indicatori di sostenibilità richiesti dalle maggiori società di rating, così come si possono riscontrare in tipici bilanci del capitale intellettuale.

Dall'analisi di questi due casi emerge, infatti, che esiste una *forte presenza di elementi intangibili* nei due documenti, relativa in particolare alle aree della responsabilità economica e sociale e ciò è comprovato dal fatto che diversi indicatori inseriti nei due documenti si ritrovano nei bilanci dell'intangibile; la struttura dei due report è molto differente, in quanto il bilancio è costruito sulle esigenze di comunicazione delle due diverse aziende, tuttavia il fatto i documenti si rifacciano in linea generale a quanto richiesto dalle principali società di rating consente di realizzare analisi di benchmark.

Il fine ultimo dei documenti è comunicare agli stakeholder la strategia aziendale e la sua implementazione; gli obiettivi strategici costituiscono pertanto l'input degli indicatori.

I documenti appaiono avere un maggiore orientamento all'esterno più che una valenza gestionale interna, anche se deve essere sottolineato il cambiamento culturale che comunque comporta per ogni impresa implementare un sistema di comunicazione sociale.

4 – Le relazioni tra bilancio sociale e bilancio del capitale intellettuale: riscontri teorici, evidenze empiriche ed opportunità di integrazione

Sotto il profilo teorico il bilancio sociale ed il bilancio del capitale intellettuale presentano, oltre ad evidenti differenze, numerosi punti di contatto. Le principali differenze si hanno sotto il profilo dei fini e degli utilizzatori. In relazione al primo punto (*fini*), il bilancio sociale contiene informazioni riguardanti il modo con cui l'azienda opera ed ha ad oggetto contenuti espressi con un forte accento valoriale ed etico, con l'obiettivo di render noto il rispetto di alcuni comportamenti socialmente corretti da parte dell'azienda nell'espletamento delle proprie attività; il bilancio del capitale intellettuale ha l'obiettivo primario di evidenziare il ruolo degli asset intangibili dell'azienda nelle dinamiche di generazione di valore, e mira in tal senso a visualizzare le fonti che assicurano continuità e coerenza a tale processo, con un orientamento prevalentemente rivolto al futuro. In relazione al secondo punto (*utilizzatori*), il bilancio sociale ha come interlocutore privilegiato la collettività intesa nel senso più ampio: tutti sono potenzialmente interessati a conoscere il modo in cui l'impresa opera nei confronti dei diversi gruppi di interesse, mentre il bilancio del capitale intellettuale si rivolge ad un pubblico più ristretto e selezionato; divulgando informazioni che sono connesse alla capacità prospettica dell'azienda di generare valore, l'intellectual capital report si rivolge prevalentemente agli azionisti, ai potenziali investitori e agli analisti finanziari²⁵.

Esistono, tuttavia, numerosi punti di contatto tra i due report, tra i quali si possono sottolineare la *valenza* (entrambi hanno una valenza tanto esterna all'impresa - quali strumenti di comunicazione verso gli stakeholder - quanto interna all'organizzazione stessa), il *ruolo di supporto alla gestione* (un corretto utilizzo da parte del management delle informazioni riguardanti gli asset intangibili o l'impatto socio-ambientale dell'azienda può infatti accrescere la capacità competitiva dell'impresa), i *contenuti similari* (alcune delle informazioni contenute nel bilancio del capitale intellettuale compaiono, seppure con enfasi diversa e in una difforme chiave interpretativa, anche nel bilancio sociale), il *focus sulla responsabilità* (entrambi sono il prodotto di una evoluzione dell'informativa aziendale e di un nuovo modo di intendere l'impresa, correlata alla nozione di *corporate social responsibility* - responsabilità sociale che la nuova azienda deve avere nei confronti di tutti gli stakeholder e non solo degli azionisti - e a quella di sviluppo sostenibile, che vede l'impresa non come sfruttatrice di risorse naturali, fisiche e sociali, ma come ente che deve

²⁵ Ciò fa sì che alcune informazioni compaiano con una diversa chiave interpretativa nei due report. Prendiamo ad esempio le informazioni riguardanti le risorse umane, il cosiddetto capitale umano. Entrambi i modelli di reporting contengono informazioni sulle persone che operano all'interno dell'azienda, tuttavia nel bilancio sociale, le risorse umane sono considerate i destinatari dell'attività dell'impresa in quanto membri della collettività, mentre nel bilancio del capitale intellettuale, le persone sono intese come i principali generatori di valore aziendale, e le informazioni che riguardano le risorse umane sono volte pertanto a perseguire questa finalità conoscitiva.

perseguire il proprio sviluppo in maniera coerente con il rispetto dell'ambiente e degli interlocutori sociali).

Sotto il profilo operativo una recente ricerca (Zambon - Cordazzo, 2002) ha effettuato una comparazione tra le variabili e gli indicatori dei bilanci del capitale intellettuale di Skandia, Celemi e delle italiane Brembo e Plastal con, rispettivamente, le variabili inserite nei bilanci ambientali e sociali delle aziende italiane, individuati attraverso una analisi di 30 bilanci ambientali e 52 bilanci sociali di aziende italiane reperiti su internet per il periodo 1990-2000 sul sito www.bilanciosociale.it. Le aree nelle quali possono essere suddivisi i report sociali ed ambientali riflettono alcune delle informazioni richieste per i bilanci del capitale intellettuale: risorse umane, clienti, processi interni, valore aggiunto e impatto ambientale (fig. 4).

Figura 4: Elementi intangibili nei bilanci ambientale e sociale

Bilancio Ambientale		Bilancio Sociale	
Aree	Variabili	Aree	Variabili
a. risorse umane	1. sicurezza sul lavoro 2. formazione	a. risorse umane	1. att. di socializzazione 2. formazione 3. assenza sul lavoro 4. anzianità 5. numero di impiegati 6. sicurezza sul lavoro e salute 7. qualifica, età, educazione 8. salari 9. relazioni con le comunità sociali e le istituzioni 10. origine geografica 11. cambi di lavoro 12. azioni sociali
b. audit e info suppl.	Audit sul report ambientale	b. audit e info suppl.	Audit sul bilancio sociale
c. rispetto amb.	1. protezione ambientale 2. redazione dei principi ambientali	c. consumatori	1. fornitori 2. customer satisfaction
d. tecnologia	Fonti energetiche	d. processi	1. uso risorse naturali 2. servizi forniti 3. standard di qualità 4. certificazione di qualità
e. processi	1. sistema monitoraggio per l'inquinamento 2. consumo 3. descrizione del processo 4. certificaz. ambient (ISO 14000)	e. variabili finanziarie	Produzione e distribuzione di valore aggiunto
f. variabili finanziarie	1. spese ambientali 2. sicurezza sul lavoro, spese salute		

Fonte: adattato da Zambon - Cordazzo, 2002.

Dalla ricerca emerge che, nonostante le differenze in termini di fini ed utilizzatori, le aree nelle quali possono essere suddivisi i report sociali riflettono diverse informazioni sugli intangibili richieste per i bilanci del capitale intellettuale (risorse umane, clienti, processi interni, valore aggiunto e impatto ambientale).

La necessità di una integrazione è riconosciuta non solo a livello teorico (Zambon, 2004, Molteni, 2004; Nardo, 2007), ma è incoraggiata ma anche dalle stesse aziende. Una recente ricerca (Pedrini, 2007) condotta su 70 aziende italiane che hanno pubblicato un bilancio di sostenibilità per l'esercizio 2005, mostra come il 37,1% delle aziende utilizzate inseriscano già una sezione

o un paragrafo dedicata al reporting degli intangibili, il 24,3% sia intenzionato ad introdurre tale sezione nel prossimo bilancio sociale, mentre le aziende che non integrano la reportistica sugli intangibili nel proprio bilancio sociale risentono, a detta dell'autore, dell'assenza di linee guida e strumenti di supporto dell'integrazione tra i bilanci di sostenibilità e delle risorse intangibili²⁶.

Dall'esame dei casi nazionali del bilancio del capitale intangibile e del capitale sociale esaminato emergono i seguenti punti di contatto: entrambi i documenti hanno il punto di partenza nella strategia, cui sono collegati gli indicatori; entrambi comunicano elementi intangibili o che presentano elementi intangibili nella loro implementazione, entrambi richiedono un cambiamento culturale basato su una maggiore apertura alle esigenze degli stakeholder, entrambi presentano elementi di specificità aziendale ed una lista di indicatori non esaustiva, entrambi condividono temi (soprattutto relativi al capitale umano e relazionale) ed utilizzano metodologie affini (entrambi i report prevedono l'utilizzo di indicatori quantitativi non finanziari), determinati indicatori intangibili si ritrovano in entrambi i report.

5 – L'Intangibles Global Report

Le considerazioni esposte nel paragrafo precedente ci portano pertanto ad ipotizzare l'opportunità di integrare in un unico report (Intangibles Global Report) le informazioni fornite dai bilanci sociale e del capitale intellettuale sugli intangibili²⁷.

A differenza dei casi di integrazione di reportistica degli intangibili nel bilancio sociale²⁸, il modello proposto intende integrare le informazioni contenute nei report esaminati aventi come denominatore comune il contenuto intangibile; non si tratta pertanto di inserire una sezione nel bilancio sociale, bensì di arrivare ad un unico documento integrato che preveda un set comune di indicatori basati sugli intangibili, con finalità informative esterne ma anche gestionali interne²⁹.

Il modello dell'*Intangibles Global Report* partendo appare una soluzione complessivamente accettabile alle esigenze di maggiore comunicazione degli impatti sociali ed ambientali delle

²⁶ Tra le ricerche in merito alle convergenze esistenti tra bilanci sociali/ambientali/di sostenibilità, si vedano: Del Bello, 2006; Pedrini, 2007; Cortéz et al., 2007.

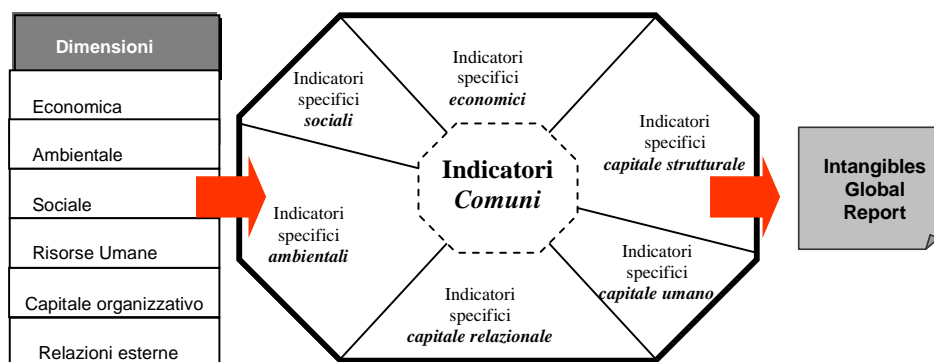
²⁷ Partendo dagli stessi presupposti teorici, Guthrie e Yongvanich hanno sviluppato un modello simile, l'Extended Performance Reporting Framework (EPRF), che integra in uno stesso documento le informazioni derivanti dall'Intellectual Capital report, dalla Balanced Scorecard e dai bilanci ambientali e sociali di una stessa azienda. Cfr. Guthrie - Yongvanich, 2006.

²⁸ A titolo esemplificativo, si vedano il bilancio sociale del gruppo Sabaf ed il bilancio ambientale e sociale del gruppo Unicredit.

²⁹ Il problema della scelta di attribuire, nel Global Report, un indicatore ad un'area piuttosto che ad un'altra può essere superato con l'elaborazione di un report informatizzato suddiviso in sei dimensioni, ognuna con un set di indicatori specifici ed un set di indicatori comuni alle altre aree evidenziabili comunemente, attraverso un collegamento ipertestuale, in ogni dimensione interessata.

attività d'impresa, poiché ha il duplice obiettivo di sistematizzare l'informativa esterna ed interna valorizzando allo stesso tempo gli intangibili aziendali.

Figura 5: Processo di formazione dell'Intangibles Global Report



Fonte: Veltri S. – Nardo M. T., 2007

L' *Intangibles Global Report* (IGR) dovrebbe:

- fornire un'informativa estesa e completa per ogni sezione considerata (economica, sociale, ambientale, capitale umano, strutturale e relazionale);
- fornire un'informazione complementare a quella fornita dal bilancio d'esercizio, che ri-pilogherà gli asset intangibili secondo quanto previsto dalla norma e da principi contabili generalmente accettati;
- consentire di non duplicare le informazioni e gli indicatori;
- consentire un risparmio nell'impiego di risorse umane e finanziarie destinate alla rendicontazione del capitale intangibile;
- avere una duplice finalità, interna di tipo gestionale ed esterna, comunicazionali per dare conto a tutti gli stakeholder dell'attività svolta;
- consentire una migliore gestione delle risorse umane.

L'IGR si propone come fine ultimo la costruzione di un *set* informativo più ricco, che permetta di capire meglio il trend delle variabili di successo dell'azienda, anche quelle non rappresentate nel bilancio d'esercizio.

Tuttavia, la scelta di strutturare le nuove informazioni legate agli intangibili in un report unico separato dal bilancio tradizionale porta con sé un altro problema: quali rapporti devono esistere tra l'Intangibles Global Report ed il bilancio d'esercizio?

L'IGR non nasce in sostituzione del bilancio d'esercizio, ma quest'ultimo è il nucleo di partenza su cui "innestare" qualsiasi altro report supplementare al bilancio (Rusconi, 2002).

L'IGR rispetto al bilancio obbligatorio ha contenuti e destinatari diversi.

Figura 6: Esempi di indicatori di performance del capitale intellettuale nei bilanci di sostenibilità Enel e Telecom

Indicatori rilevati	Rendicontazione di sostenibilità				Capitale intellettuale	
	Telecom	Enel	GRI	GBS	Meritum	Linee guida danesi
Ambiente						
Emissioni CO2	•	•	•	•	-	-
Emissioni evitate	-	•	-	•	-	-
Emissioni specifiche	•	•	•	•	-	-
Rifiuti prodotti	•	•	•	•	-	-
Rifiuti speciali pericolosi prodotti	•	•	•	•	-	-
Recupero rifiuti	•	•	•	•	-	-
Smaltimento dell'amianto	-	•	-	-	-	-
Fabbisogno idrico	•	•	•	•	-	-
Impatto sul paesaggio e territorio	-	•	•	-	-	-
Incidenza impianti basso impatto visivo	-	•	•	-	-	-
Contenzioso ambientale	-	•	•	-	-	-
Risorse umane						
Consistenza organico	•	•	•	•	•	•
Qualifica professionale	•	•	•	•	•	•
Titolo di studio	•	•	•	•	•	•
Anzianità media anagrafica	•	•	•	•	•	•
Anzianità media aziendale	-	•	•	•	•	•
Contratti, modalità di lavoro flessibile	-	•	•	•	•	•
Cessazioni	-	•	•	•	•	•
Nuovi assunti	-	•	•	-	•	•
Turnover	-	•	•	•	•	•
Personale con stock option	•	•	•	•	•	•
Ore formative pro capite	•	•	•	•	•	•
Corsi disponibili on line	-	•	•	•	•	•
Infortuni sul lavoro	•	•	•	•	•	•
Indice di frequenza infortuni	•	•	•	•	•	•
Indice di gravità infortuni	-	•	•	•	-	-
Spese per la sicurezza	•	•	•	•	-	-
Personale femminile	•	•	•	•	•	•
Collettività						
Liberalità	•	•	•	•	-	-
Investimenti in comunità	•	•	•	•	•	•
Iniziative di business socialmente sostenibili	•	•	•	•	-	-
Servizi innovativi per la crescita sociale	•	•	•	•	•	•
Rapporti con associazioni	•	•	-	•		
Fornitori						
Processi di valutazione della soddisfazione dei fornitori	•	•	-	•	•	•
Sistemi di qualità	•	•	-	•	•	•
Ripartizione fornitori per area geografica	•	•	•	•	•	•
Contenzioso	•	•	-	•	•	•
Clienti						
Customer Satisfaction	•	•	•	•	•	•

Fonte: Linee guida GRI (2002), GBS (2001), Meritum (2002), DMSTI (2003)

Il bilancio d'esercizio o di gruppo ha come destinatari principali gli azionisti, gli investitori, gli organi di controllo etc., l'IGR ha come interlocutore privilegiato la collettività intesa nel senso più ampio. Tutti, infatti, sono potenzialmente interessati a conoscere il modo in cui l'impresa opera e gli impatti socio-ambientale nonché la sua capacità prospettica di generare valore sostenibile. In particolare, l'IGR sarà destinato a tutti coloro i quali vorranno integrare i dati contabili con informazioni aggiuntive relative ai valori aziendali, alle capacità intellettuali del fattore umano d'azienda, relazionali, sociali ed ambientali. In termini di trattamento e rappresentazione delle risorse intangibili i due documenti seguiranno due vie ben distinte. Il bilancio seguirà una via più contabile-legalista in base ai principi contabili nazionali e internazionali (IAS/IFRS) in materia di intangibili, l'IGR seguirà una via maggiormente proattiva, e cercherà di rappresentare e comunicare, soprattutto in termini qualitativi, il processo e il contributo alla creazione di valore da parte delle risorse intangibili.

Si tratta di una proposta ambiziosa, che comporterà una serie di difficoltà operative per le aziende che vogliono implementare tale tipo di modello, non ultimo la predisposizione di un sistema informativo adeguato a supportare una reportistica integrata sugli intangibili d'azienda. Sulle difficoltà operative e di implementazione di tale modello potrebbero essere orientati i futuri contributi di ricerca.

References

- A.B.I. (2001), *Modello di redazione del Bilancio Sociale per il settore del credito*, Bancaria Editrice, Roma.
- Aa.Vv. (1999), *The Copenhagen charter. A management guide to stakeholder reporting*, House of Mandag Morgen, Copenhagen
- AIAF – Associazione Italiana degli Analisti finanziari, (2002), La comunicazione degli intangibles e dell'intellectual capital: un modello di analisi, *quaderno n. 106*.
- AIAF – Associazione Italiana degli Analisti finanziari, (2003), Intangibles: metodi di misurazione e valorizzazione, *quaderno n. 113*.
- Aiskaintis A.-Bareisis V. (2005), Understanding the impact of Intellectual Capital on the performance of organizations through constructivist and analytical approach, paper presented to the first EAISM workshop "Visualising, Measuring and Managing Intangibles and Intellectual Capital", 18-20 October, Ferrara.
- Andriessen D. (2004), IC valuation and measurement: classifying the state of the art, *Journal of the Intellectual Capital*, 5 (2): 230-242.
- Bandettini A. (1983), Contabilità sociale dell'azienda e bilancio sociale, in *Scritti in onore di Pietro Onida. Bilancio d'esercizio e amministrazione delle imprese*, Giuffrè, Milano.
- Bontis N. (2001), Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital, *International Journal of Management Review*, 3 (1): 41-60.
- Bozzolan S.-Favotto F.-Ricceri F. (2003), Italian annual intellectual capital disclosure. An empirical analysis, *Journal of intellectual capital*, 4 (4): 543-558.
- Brennan N. (2001), Reporting intellectual capital in annual reports: evidence from Ireland, *Accounting Auditing & Accountability Journal*, 14 (4): 423-436.

- Carnevale C. (2005), *L'informazione etico-sociale nella comunicazione d'impresa*, Franco Angeli, Milano.
- Chiucchi M.S. (2004), *Sistemi di misurazione e di reporting del capitale intellettuale: criticità e prospettive*, Giappichelli, Turin.
- CNDC (2004), *Il Report di Sostenibilità ambientale e sociale. Principi e contenuti*, Egea, Milano.
- Commissione Della Comunità Europea (2001), *Libro Verde. Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese*, Bruxelles.
- Contrafatto M.-Rusconi G. (2005), Social Accounting in Italy: origins and developments, *Social and Environmental Accounting Journal*, Sept.: 3-9.
- Copeland T.-Koller T.-Murrin J. (1994), *Valuation. Measuring and Managing the Value of Companies*, John Wiley & Sons, New York.
- Dahlsrud A. (2007), How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15 (1): 1-13.
- DATI – Danish Agency For Trade And Industry (2000), *A guideline for Intellectual Capital statements – A key to Knowledge Management*
- Del Bello A. (2006), Intangibles and sustainability in local government reports, *Journal of Intellectual Capital*, 7 (4): 440-456.
- DMSTI - Danish Ministry Of Technology And Innovation - (2003), *Intellectual capital statements – the new guidelines* (English version) Danish Ministry of Science, Technology and Innovation, Copenhagen, disponibile sul sito www.vtu.dk.
- Donna G.-Revellino S. (2004), Creazione di valore ed asset intangibili, in *Atti del 26° Convegno Aidea*, Edizioni AGF, Udine.
- Donna G. (1999), *La creazione di valore nella gestione d'impresa*, Carocci, Roma.
- Drucker P. (1993), *Post capitalist society*, Blackwell, Oxford.
- Edvinsson L.-Malone M.S. (1997), *Intellectual capital – realising your company's true value by finding its hidden brainpower*, Harper Business Publisher, New York.
- Epstein E.M. (1987), The corporate social policy process: beyond business ethics, corporate social responsibility and corporate social responsiveness, *California Management Review*, 29 (3): 99-114.
- Farneti G.-Pozzoli S. (2005), *Bilancio sociale di mandato. Il ciclo integrato di strategia e controllo sociale*, IPSOA, Milano.
- Fazzini M. (2004), *L'applicazione dell'impairment test agli intangible assets. Un confronto fra i principi contabili internazionali*, FrancoAngeli, Milano.
- Ferraro O. (2007), *La disciplina contabile internazionale degli intangible assets*, in Fabbrini G-Ricciardi A. (eds), *Intangible assets. Principi contabili, modalità di reporting e tecniche di valutazione*, FrancoAngeli, Milano.
- GBS (2001), *Principi di redazione del bilancio sociale*, Giuffrè, Milano.
- GBS (2007), *Linee guida per la revisione del bilancio sociale*, Giuffrè, Milano.
- Global Reporting Initiative (GRI) (2002), *Sustainability Reporting Guidelines*, GRI, Boston, MA.
- Global Reporting Initiative (GRI) (2006), *Sustainability Reporting Guidelines*, available at www.globalreporting.org/ReportingFramework/G3Guidelines/.
- Gray R.-Kouhy R.-Lavers S. (1995), Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8 (2): 47-77 .
- Gray R.-Owen D.-Adams, C. (1996), *Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*, Prentice Hall, London.
- Gray R.-Bebbington J.-Walters D. (1993), *Accounting for the Environment*, Chapman Publishing Ltd., London.
- Grojer J. (2001), Intangibles and accounting classification: in search of a classification strategy, *Accounting, Organizations and Society*, 26 (7/8): 695-713.

- Guatri L. (1991), *La teoria di creazione del valore. Una via europea*, Egea, Milano.
- Guatri L. (1997), *Valore ed intangibles nella misura della performance aziendale. Un percorso storico*, Egea, Milano.
- Guthrie J.-Petty R.-Yongvanich K.-Ricceri (2003), Intellectual capital reporting: content approach to data collection, Macquarie graduate school of Management (MGSM) *working papers in management* n. 20.
- Guthrie J.-Petty R. (2000), Intellectual capital: Australian annual reporting practices, *Journal of intellectual capital*, 1 (3).
- Guthrie J.-Yongvanich K. (2004), Intellectual capital reporting: comparison of a various frameworks, Macquarie graduate school of Management (MGSM) *working papers in management* n. 24
- Guthrie J.-Yongvanich K. (2006), An extended performance reporting framework for social and environmental accounting, *Business Strategy and Environment*, 15: 309-321.
- ISEA (1999a), AccountAbility 100 (AA100): A foundation standard in social and ethical accounting, auditing and reporting, ISEA, London.
- ISEA (1999b), AccountAbility 100 (AA100) Framework: standard, guidelines and professional qualification, ISEA, London.
- ISEA (2002), AA100 assurance standard: guiding principles, ISEA, London.
- Kianto A. (2007), What do we really mean by the dynamic dimension of intellectual capital?, *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 4 (4).
- Krippendorff K. (1988), *Content analysis. An introduction to its methodology*, The sage CommText series, Beverly Hills, Ca.
- Lev B. (1996), *Knowledge measures in financial reports*, in Neef, D., Siefield, T. and Cefola, J. (eds), *The economic impact of knowledge*, Butterworth, Boston, MA:
- Lev B. (2001), *Intangibles: management, measurement and reporting*, Brookings Institute Press, Washington D.C.
- Marr B. (2004) (ed), *Perspectives in Intellectual Capital*, Elsevier Butterworth-Heinemann, Oxford.
- Mathews M.R. (1997), Twenty-five years of social and environmental accounting research: is there a silver jubilee to celebrate?, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 4 (2): 273-289.
- MERITUM (2002), *Guidelines for Managing and Reporting on Intangibles*, Progetto Meritum, Programma TSER, Madrid.
- Mio C. (2001), *Il budget ambientale*, Egea, Milano.
- Molteni M. (2004), *Responsabilità sociale e performance d'impresa. Per una sintesi socio-competitiva*, Vita e Pensiero, Milano.
- Mouritsen J. (2000), *Valuing expressive organisations: intellectual capital and the visualisation of value creation*, in M. Schultz et al., *The expressive organisation: connecting identity, reputation and the corporate brand*, Oxford University Press, Oxford.
- Mouritsen J.-Larsen H.T.-Bukh P.N. (2001), Intellectual Capital and the 'Capable Firm': Narrating, Visualising and Numbering for Managing Knowledge, *Accounting, Organisations and Society* 26 (7/8): 735-762.
- Mouritsen J.-Larsen H.T.-Bukh, P.N.and Johansen, M.R. (2002), Developing and managing knowledge through intellectual capital statements, *Journal of intellectual capital* , 3 (1): 10-19.
- Musaio A. (2002), *La creazione del valore per gli azionisti*, in G. Fabbrini, A. Montrone (a cura di), *Economia aziendale. Fondamenti ed evoluzione della disciplina*, FrancoAngeli, Milano.
- Nardo M. T., *Verso un sistema integrato di report per il capitale intangibile*, in Fabbrini G-Ricciardi A. (eds), *Intangible assets. Principi contabili, modalità di reporting e tecniche di valutazione*, FrancoAngeli, Milano.
- Pedriani M. (2007), Human capital convergences in intellectual capital and sustainability reports, *Journal of Intellectual Capital*, 8 (2): 346-366.
- Pedriani M. (2007), I bilanci di sostenibilità e delle risorse intangibili: il processo di integrazione nelle aziende italiane, *Economia Aziendale 2000 web*, 1/2007, at: www.ea2000.it: 117-146.

- Pozzoli S. (1996), *I fattori critici di successo*, Cedam, Padova.
- PRISM report (2003), European Commission Information Society Technologies Programme disponibile sul sito www.eu.intangibles.net.
- Quagli A. (1995), *Introduzione allo studio della conoscenza in economia aziendale*, Giuffrè, Milano.
- Rappaport A. (1986), *Creating Shareholder Value. The New Standard for Business Performance*, The Free Press, New York.
- Rubino F. (2004), *La creazione di valore come fattore critico per il conseguimento di un vantaggio competitivo sostenibile*, Centro editoriale Librario, Università della Calabria.
- Rusconi G. (1988), *Il bilancio sociale d'impresa. Problemi e prospettive*, Giuffrè, Milano.
- Rusconi G. (2002), *Bilancio d'esercizio e bilancio sociale: due livelli di accountability dell'impresa*, in L. Hinna, *Il bilancio sociale*, Il sole24ore, Milano.
- Silva E., Bilanci sociali a tutto volume, *Il Sole 24 Ore*, 16 ottobre 2006.
- Silvestri A. (2007), *Le relazioni tra intangibles e processi di valutazione del capitale economico d'impresa: profili teorici ed evidenze empiriche*, in Fabbrini G-Ricciardi A. (eds), *Intangible assets. Principi contabili, modalità di reporting e tecniche di valutazione*, FrancoAngeli, Milano.
- Smith G.V.-Parr R.L., *Valuation of intellectual property and intangible assets*, 3rd ed. Wiley, New York, NY.
- Stewart G.B. III (1991), *The Quest for Value: The EVA™ Management Guide*, Harper Collins, New York.
- Stewart T.A. (1999), *Il capitale intellettuale. La nuova ricchezza*, Ponte alle Grazie, Milano (edizione originale *Intellectual capital. New wealth of organizations*, Doubleday, New York).
- Sullivan P.Jr.-Sullivan P.Sr. (2000), Valuing intangibles companies: an intellectual capital approach, *Journal of Intellectual Capital* I (4): 328-340.
- Sveiby K. E. (1997), *The new organizational wealth - managing and measuring knowledge based assets*, Beret-Koehler, San Francisco.
- Terzani S. (1987), *Responsabilità sociale dell'azienda*, in AA.VV., *Saggi di ragioneria e di economia aziendale*, Cedam, Padova.
- Terzani S. (2002), *Il sistema dei bilanci*, Milano, FrancoAngeli
- Veltri S.-Nardo M.T. (2007), Una proposta di reportistica integrata degli intangibili d'azienda, *Rivista Italiana di Ragioneria ed Economia Aziendale*, 11/12: 667-677.
- Veltri S. (2007a), *Sistemi di misurazione del capitale intellettuale d'azienda*, FrancoAngeli, Milano.
- Veltri S. (2007b), *Il bilancio del capitale intellettuale*, in Fabbrini G-Ricciardi A. (eds), *Intangible assets. Principi contabili, modalità di reporting e tecniche di valutazione*, FrancoAngeli, Milano.
- Weber R. P. (1985), *Basic content analysis. Quantitative application in the social science*. The sage CommText series, Beverly Hills, Ca.
- Zadek S.-Pruzan P.-Evans R. (1997), *Building corporate accountability*, Earthscan Publications, London.
- Zambon S.-Cordazzo M. (2002), *IC statements vs environmental and social reports: an empirical analysis of their convergences in the Italian context*, EU PRISM RESEARCH PROJECT WP4.
- Zambon S. (2003), *New approaches to the measurement and reporting of intangibles*, chapter 5 in *Study on the measurement of intangible assets and associated reporting practices*, "Enterprise" Directorate General of the European Commission, Brussels April.
- Zambon S. (2004), Lo studio della Commissione europea sulla misurazione degli intangibili (2003): alcune indicazioni per la ricerca in campo contabile ed economico aziendale, in *Knowledge management e successo aziendale*, Atti del 26° Convegno Aidea, Edizioni AGF, Udine
- Zappa G. (1950), *Il reddito d'impresa. Scritture doppie, conti e bilanci di aziende commerciali*, Giuffrè, Milano.