

Il valore degli intangibili

L'attenzione verso le tematiche legate al ruolo delle risorse intangibili nell'economia delle Imprese è oggi in costante crescita. Poiché il modo di essere di un'impresa e il suo sviluppo si basano sulla conoscenza, ciò significa che il suo valore non è dato solo dai parametri di bilancio tradizionali ma anche dal valore degli intangibili che essa possiede. Questi esprimono la capacità di sopravvivere e la forza competitiva dell'Impresa stessa.

di NORMANNA TRESOLDI*

Il valore degli intangibili, cioè la quantità dei beni immateriali, come ad esempio il know-how, esprime il grado in cui l'impresa è attrezzata per un proprio sviluppo futuro. La capacità di dare valore agli intangibili è utile sia all'interno dell'Impresa sia agli stake holder, quali banche e investitori, perché permette di capire al management e alle controparti finanziarie quanto l'azienda sia organizzata per sostenere e incrementare il proprio sviluppo. Non si tratta però solo della somma del capitale umano che riguarda conoscenze e competenze possedute dalle persone, con le proprietà intellettuali, ad esempio marchi registrati e brevetti dell'Impresa. È necessario considerare anche gli elementi che, pur essendo correlati al capitale umano, caratterizzano qualità proprie dell'organizzazione

dell'impresa: la cultura aziendale, i processi gestionali e una serie di risorse non facilmente traducibili in termini finanziari, a causa della mancanza di criteri standardizzati per una loro valutazione monetaria. Negli asset intangibili dell'impresa possiamo ricondurre, oltre al capitale umano e alla proprietà intellettuale, il capitale organizzativo o strutturale, che comprende i documenti prodotti, le procedure utilizzate, i modelli organizzativi, le strategie, la cultura aziendale e i contenuti dei database. Alcuni di questi beni possono divenire di proprietà legale dell'impresa. Il capitale relazionale esterno rientra negli asset intangibili. È rappresentato dal valore delle risorse collegate alle relazioni esterne dell'impresa: i rapporti con la clientela, con i fornitori, con i centri di Ricerca e Sviluppo. In questo ambito si può considerare un importante elemento: il capitale sociale, nel quale sussistono la fiducia generalizzata prodotta dalla socialità, le interazioni sociali e le istituzioni formali create dalla socialità stessa. Si

può parlare di capitale perché le relazioni sociali sono di natura durevole e comportano effetti continui nel tempo. Esistono però delle difficoltà insite nella misurazione e rappresentazione degli intangibili, in quanto le valutazioni prodotte sono soggettive, in particolare se confrontate con il tradizionale bilancio di esercizio, le cui cifre sono oggettive e verificabili. Ciò nonostante, è ormai evidente che nel rendimento di un'impresa il peso degli asset intangibili gioca un ruolo rilevante, al pari di quello degli asset fisici e finanziari, poiché essi rappresentano il patrimonio di conoscenza di un'organizzazione. L'impresa che considera il proprio capitale intellettuale come vera e propria risorsa e ne mette a frutto le potenzialità, diventa più efficiente e ottimizza anche gli aspetti organizzativi legati alla produttività. Inoltre tale impresa possiede maggiori strumenti per individuare le esigenze del mercato e per innovare prodotti e servizi, ottenendo un significativo vantaggio competitivo sui propri concorrenti.

Nell'ambito di questa crescente attenzione verso gli intangibili si sta sviluppando un forte interesse alla loro misurazione e rappresentazione da parte delle principali istituzioni economiche in campo internazionale, circa la possibilità di regolamentare la materia, ma allo stato attuale non esistono ancora criteri di valutazione comunemente accettati per effettuare la loro quantificazione ed esposizione. A livello nazionale, in assenza di univoci indirizzi in ambito istituzionale, tra le diverse iniziative è possibile citare il Quaderno di Studio pubblicato nel Gennaio 2002 dall'AIAF, nel quale è proposto un modello di "disclosure" del capitale intellettuale dell'impresa. La costruzione di modelli di valutazione del capitale intellettuale ha incontrato il limite rappresentato dalla difficoltà di misurare in termini economici alcuni asset intangibili. Ciò ha messo in evidenza la necessità di utilizzare, accanto ai tradizionali criteri economico-finanziari usati per gli asset tangibili, degli indicatori di performance capaci di monitorare, qualificare e quantificare l'apporto degli intan-

gibili nel potenziale d'innovazione, di crescita, di efficienza e di solidità di una organizzazione imprenditoriale. Nelle moderne strutture aziendali l'impiego di indici dinamici permette di valutare il processo di generazione di ricchezza non soltanto in termini di profitti originati dal patrimonio umano, organizzativo e relazionale, ma anche in termini di potenziale di redditività del patrimonio stesso. Vengono redatti il Bilancio del Capitale intellettuale e quello del Capitale Sociale, con la funzione di evidenziare aspetti diversi da quelli economici e finanziari tradizionalmente presi in considerazione e di comunicare, internamente ed esternamente all'impresa, informazioni fondamentali sulla consistenza dinamica del patrimonio intangibile, sugli obiettivi posti, sulle strategie attuate per la conservazione e l'accrescimento di tale patrimonio e sui risultati delle strategie, mostrando la capacità dell'impresa di generare valore in prospettiva, di evidenziare il senso di responsabilità etica, il patrimonio di valori, le azioni e le strategie messe in atto nella creazione di lavoro e ricchezza, evidenziando le ricadute sul contesto economico, sociale ed ambientale in essa opera. Il Bilancio del Capitale intellettuale mostra il suo valore comunicativo soprattutto nei confronti delle altre imprese, degli azionisti e dei potenziali investitori; il Bilancio del Capitale Sociale, invece, si rivolge a tutta la collettività ed è di forte impatto nelle relazioni con le istituzioni. Spesso lo stato patrimoniale non esprime il vero asset strategico di cui l'impresa dispone, ma si limita alla rappresentazione di attività, quali i crediti commerciali, il capannone, il magazzino, che non generano alcun vantaggio competitivo. Non è ancora consentito di iscrivere all'attivo di bilancio i beni intangibili formati internamente all'impresa e le poche imprese italiane dotate di rilevanti beni intangibili vengono guardate con diffidenza, come se essi non avessero valore. Dare rilevanza agli intangibili significa affrontare una "sfida" concettuale e operativa nel contesto di un'economia sempre più immateriale. ■