

Paola Orlandini - Stefano Amelio

Un percorso aziendale verso la sostenibilità



Giappichelli

PREFAZIONE

Questa nostra ricerca ha come obiettivo mettere in evidenza l'evoluzione del concetto di Responsabilità Sociale d'Azienda, a base dei concetti di sostenibilità e di economia circolare, e di conseguenza evidenziare le innovazioni relative alla rendicontazione con particolare riferimento alla reportistica non finanziaria.

Si è voluto proporre il risultato di una ricerca sistematica, anche se ben lungi dall'essere esaustiva, sulla RSA, sullo sviluppo economico sostenibile e sulla rendicontazione sociale, alla luce della disciplina economico-aziendale.

È stata effettuata un'analisi della dottrina internazionale (e si è così generata un'affollata bibliografia) arrivando alla conclusione che le proposte dei Maestri italiani sono state anticipatorie in confronto alle recenti elaborazioni straniere, ed in particolare nordamericane.

Si propone inoltre, tenendo conto dei principi dell'economia aziendale, una rilettura sistematica delle teorie straniere che non si fondano su di una visione unitaria dell'azienda come sistema: accade spesso che questo difetto fondativo porta a formulare teorie che difficilmente durano più di una decina d'anni.

Il concetto di responsabilità sociale, se correttamente interpretato, può costituire un'evoluzione degli studi economico-aziendali e, nel contempo, un punto di riferimento per la costruzione di nuove strategie sia competitive che sociali e per la costruzione di un solido sistema di rendicontazione sociale.

Il lavoro è partito con una ripresa sintetica ed evolutiva del concetto d'azienda, del suo scopo e delle relazioni con l'ambiente in cui opera (cap. 1). Si è intrapreso quindi (cap. 2) lo studio del concetto di Responsabilità Sociale e dei collegati concetti di sostenibilità e di economia circolare (cap. 3). Si è passati quindi (cap. 4) ad esaminare e classificare le relazioni che le aziende, quali unità operanti in un determinato ambiente, instaurano con altre unità. Il cap. 5 analizza gli strumenti di supporto atti a favorire l'interiorizzazione della RSA in ogni tipologia d'azienda, sia pubblica che privata, mediante l'elaborazione delle strategie sociali. Associati alle dette relazioni tra azienda e ambiente si trovano diversi processi di comunicazione: nei capp. 6, 7 e 8 se ne esaminano le caratteristiche e si deducono alcune regole

cui dette relazioni dovrebbero conformarsi. In particolare, il cap. 7 si concentra sull'analisi del bilancio integrato e, attraverso la metodologia di analisi bibliometrica, evidenzia le tendenze attuali e gli sviluppi futuri. Il cap. 8 esamina le Direttive (o proposte di Direttive) europee legate alla reportistica non finanziaria.

Una condizione per raggiungere il fine dell'equilibrio economico nel tempo è costituita dalla legittimazione dell'azienda nell'ambiente in cui opera, e quindi diventa cruciale la capacità di operare, oltre che su solide basi economiche, con riguardo agli esiti sociali della propria azione. Nell'intraprendere questo lavoro si è toccato con mano quanto sia importante per gli studi economico-aziendali fondare lo studio sugli insegnamenti dei Maestri di questa disciplina, evitando di seguire acriticamente la moda culturale del momento, anche se questa rappresenta per certe applicazioni la strada più facile. Naturalmente non bisogna neanche mancare di esercitare critica e spirito innovativo – solo così si potrà dare un sia pur piccolo contributo all'evoluzione della scienza economico-aziendale.

Un sentito ringraziamento va a tutti coloro che hanno reso possibile la stesura di questo libro. Ringraziamo inoltre alcune aziende, che, con le loro buone pratiche, ci hanno stimolato a ricercare tecniche di supporto per consentire alle aziende di operare nel contestuale rispetto dell'economicità e della socialità.

Un ringraziamento andrà anche a tutti coloro che, leggendo questo scritto, vorranno offrire delle critiche costruttive tramite osservazioni sempre utili per approfondire la ricerca e per promuovere la crescita culturale.

Paola Orlandini

Stefano Amelio

Milano, giugno 2022

1.

AZIENDA E AMBIENTE

di Paola Orlandini

SOMMARIO: 1.1. La scienza economico-aziendale. – 1.2. L'evoluzione del concetto d'azienda come sistema economico-sociale. – 1.3. Il concetto di valore. – 1.4. Il sistema ambiente.

I cambiamenti a livello globale hanno indotto un ripensamento sull'ambiente e, di conseguenza, nell'attitudine di fare azienda. Le aziende, seguendo le indicazioni politiche e culturali, hanno assunto atteggiamenti più rispettosi nei confronti dell'ambiente e della società, adottando comportamenti sempre più socialmente responsabili.

L'influenza delle aziende sull'andamento economico di un paese e l'impatto della loro attività sull'ambiente sono fattori fondamentali da tenere in conto nella ricerca di mezzi atti a generare comportamenti socialmente responsabili e di conseguenza ad accrescere o a creare un valore economico-sociale. In particolare, Bertini ha scritto “[...] riteniamo tuttavia che si possa senz'altro riconoscere il contributo positivo delle aziende allo sviluppo della società, se non altro in termini di soddisfacimento indiretto dei bisogni umani. Tale funzione socialmente utile è riconducibile allo stesso ruolo svolto dall'azienda sul mercato, e pertanto deve essere rapportato alla posizione che essa occupa nel contesto generale per cui il fenomeno della crescita economica rappresenta un'evoluzione del sistema del quale l'azienda è parte, non soltanto sul piano economico ma anche sotto il profilo sociale”¹. Il raggiungimento di simili obiettivi potrebbe costituire un'occasione di crescita per l'economia di una nazione o di un continente².

¹U. BERTINI, *Il sistema d'azienda. Schema di Analisi*, Servizio Editoriale Universitario di Pisa, Pisa, 1976, p. 23.

²Giannessi: “Le aziende, reciprocamente, nella lotta incessante che esse combattono contro le forze negative dell'ambiente, tra le quali si devono annoverare anche le decisioni avver-

Una condizione fondamentale per generare comportamenti socialmente responsabili è una salda coscienza etica. Lo stesso legislatore, non solo in Italia ed in Europa, ma anche negli Stati Uniti, ha emanato norme che indirizzano le aziende ad adottare comportamenti socialmente responsabili, regolamentando la loro attività, ed in particolare i sistemi di controllo relativi alla loro funzione di governo³.

Tali tendenze politiche a livello globale mirano ad un sistema produttivo/erogativo in relazione armonica con l'ambiente, e tiene conto di uno sviluppo economico sostenibile. Le aziende dovranno però farsi carico di realizzare una riorganizzazione della struttura tecnico-produttiva e di generare una cultura aziendale socialmente responsabile. Il sistema azienda così riformato sarà in grado di inflettersi all'evoluzione dell'ambiente, e, specificamente, di adeguarsi al mercato globale, e quindi essere legittimato e nel contempo creare, o accrescere, valore.

Questo cambiamento⁴ sta diventando una *conditio sine qua non* per la sopravvivenza di molte aziende. Parlare di cambiamento vuole significare modificare l'esistente. Il cambiamento, purtroppo, difficilmente può intervenire per effetto di una decisione a priori; non si tratta, infatti, di decidere

se dello Stato, e contro forze disgregatrici interne, danno vita ad una serie di operazioni che influenzano la vita economica del paese, imprimendo ad essa un indirizzo piuttosto che un altro". E. GIANNESI, *Appunti di Economia Aziendale*, Pacini, Pisa, 1979, p. 13.

Zappa scrive: "In ogni azienda l'equilibrio interno si modifica in corrispondenza alle forze incidenti esterne; condizioni esterne identiche operano in modo disforme su aziende che si trovano in condizioni diverse. L'azienda non è un sistema chiuso e, come ogni sistema, ci appare come elemento di sintesi più elevate, che deve comporsi con altri sistemi. L'azienda partecipa con certi valori alle gerarchie del sistema economico generale. Uno è il mondo economico: anzi, uno è l'intero mondo sociale". G. ZAPPA, *Il reddito d'impresa*, Giuffrè, Milano, 1950, p. 65, pp. 32-33.

Amaduzzi sostiene che "nell'economia di qualunque regime politico e nell'economia generale aliena di valori politici e morali, le unità economiche costituiscono sempre gli elementi propulsivi". ALDO AMADUZZI, *L'azienda nel suo sistema e nell'ordine delle sue rilevazioni*, Utet, Torino, 1963, p. 17.

Così Masini: "l'azienda, se si vuole sia condotta economicamente, deve non solo adattarsi alle mutevoli condizioni di ambiente, ma soprattutto presentarsi come fattore attivo di mutamento o di stabilità dell'ambiente secondo le condizioni del suo dinamismo per una duratura economicità". C. MASINI, *Lavoro e risparmio*, Utet, Torino, 1978, p. 18.

³ Per l'Italia si può citare il d.lgs. n. 231/2001.

⁴ Bertini sostiene che "la capacità di condizionare l'ambiente esterno, intraprendendone con notevole anticipo le forze assolutamente, rappresenta il prodotto più elevato della nuova imprenditorialità ... È evidente allora in questo contesto il ruolo che finisce per assumere, quale strategia del cambiamento, il nuovo soggetto economico, non solo nel contesto aziendale, ma anche il quello politico e sociale". U. BERTINI, *Il governo d'impresa tra managerialità e imprenditorialità*, in *Studi e informazioni*, n. 28-29, 1984.

su di una nuova struttura o un nuovo criterio, ma di dare avvio ad un processo innovativo che implica azioni e reazioni. Non si tratta di sostituire un modello vecchio con uno nuovo preventivamente concepito da esperti purchessia, bensì di attivare un processo collettivo mediante il quale vengono mobilitate, od addirittura create, le risorse e le capacità dei partecipanti necessarie per un'azienda socialmente responsabile.

Solo se si sarà stati capaci di favorire lo sviluppo di una cultura ispirata alla responsabilità sociale, sarà possibile individuare gli elementi di criticità insiti nelle proprie strutture, nei propri processi e nel proprio modo di "fare azienda", e quindi di ricercare e trovare i mezzi per superare le difficoltà.

L'opzione posta alla base di questo disegno è costituita dall'adozione di modelli aziendali di governo conformi al concetto di Responsabilità Sociale d'Impresa.

In quest'ultimo ventennio in modo particolare c'è stato uno sviluppo notevole di studi e ricerche relativi alla responsabilità sociale. Tutto ciò è derivato anche dagli scandali societari della statunitense Enron, della francese Vivendi, dell'italiana Parmalat, della tedesca Media Group, dell'olandese Royal Ahold, della costruzione in paesi in via di sviluppo di impianti chimici malsicuri, vedi Union Carbide, Bhopal, India, senza dimenticare l'Italia, che per decenni ha subito inquinamenti dell'aria delle acque e degli ambienti di lavoro da parte della grande industria chimica, sia pubblica che privata. Gli studiosi a livello mondiale, quindi, sono stati indotti a ricercare nuove formule di modelli aziendali di governo conformi ad uno sviluppo sostenibile.

Tenendo conto che le aziende nel tempo hanno sempre ricoperto un ruolo fondamentale ed insopprimibile per lo sviluppo della società civile si sono sviluppati numerosi studi e ricerche, sia a livello nazionale che internazionale. Questi sovente hanno seguito in modo acritico solo la dottrina nord-americana senza tenere conto di quanto era stato elaborato dai Maestri⁵ e, così come scrive Bertini, "le enunciazioni fatte da Zappa, Ceccherelli e dagli altri autori di Scuola italiana, non soltanto non sono state superate dai più recenti studi nord-americani, ma anzi, per la vastità e profondità di analisi, costituiscono un costante punto di riferimento con spunti originali per lo sviluppo di nuovi schemi".

Questi schemi hanno un forte potenziale esplicativo e possono acquisire ancora maggiori potenzialità se confrontati con prassi e teorie straniere⁶ e se

⁵U. BERTINI, *Il sistema azienda*, cit.

⁶Coda scrive: "Il rinnovamento dell'Economia Aziendale passa anche attraverso l'apertura al confronto scientifico internazionale. Questa non è un'opzione di cui si può fare a meno; è bensì una strada obbligata su cui tutti i ricercatori devono incamminarsi". V. CODA, *Sulla promozione e diffusione della cultura aziendale*, in RIREA, vol. VII, n. 2, 2007.

tengono conto dei cambiamenti relativi all'ambiente socio-economico e ai nuovi modelli d'azienda, in quanto essi discendono da un'idea originale di fondo: come scrive Viganò, “raccolgere in un'unica disciplina lo studio economico sull'azienda come sistema formato da parti, segmenti, operazioni e funzioni tra loro interagenti”⁷. La disciplina qui richiamata è la scienza economica aziendale.

1.1. La scienza economico-aziendale

Riteniamo utile ricordare in cosa consiste la scienza economica aziendale, e riprendiamo a tal fine il concetto espresso dal Maestro G. Zappa, il quale sostiene che l'economia aziendale è “la scienza che studia le condizioni di esistenza e le manifestazioni di vita delle aziende, e cioè la scienza dell'amministrazione economica”⁸.

La scienza economica aziendale è:

- una scienza che ha come oggetto di studio l'azienda;
- una scienza economica in quanto studia i mezzi limitati in relazione ai molteplici bisogni economici;

⁷ E. VIGANÒ, *Il contenuto dell'economia aziendale*, in AA.VV., *Presente e futuro degli studi di economia aziendale e management in Italia*, Il Mulino, Bologna, 2006, p. 100.

⁸ Cfr. G. ZAPPA, *Tendenze nuove degli studi di Ragioneria*, Discorso inaugurale dell'anno accademico 1926-27 tenuto presso il Regio Istituto di Scienze Economiche Commerciali di Venezia, Istituto Editoriale Scientifico, Milano, 1927, p. 30.

Cfr. ALDO AMADUZZI, *L'azienda nel suo sistema*, cit. L'economia aziendale viene qui definita come “scienza che ricerca le leggi delle condizioni di equilibrio dell'azienda, condizioni intese come espressioni preventive di un andamento variabile, e che ricerca altresì le leggi secondo le quali, nella variabilità dell'andamento, vengono mantenute, migliorate, perdute, tali condizioni di equilibrio”.

Cfr. P. ONIDA, *Le discipline economiche aziendali: oggetto e metodo*, Giuffrè, Milano, 1951, p. 220. Per questo autore, oggetto dell'economia aziendale è “lo studio delle relazioni tra i fenomeni nei quali si manifesta la vita dell'azienda, contemplata sotto l'aspetto economico, e, più precisamente ancora, la ricerca di uniformità più o meno ampie e limitate in queste relazioni. Le uniformità rivelano un ordine tra i fatti o i fenomeni dell'economia aziendale: ordine scientificamente interessante in quanto permette di risalire dal particolare al generale e di discendere dal generale al particolare, di andare dalla parte al tutto, e, in funzione del tutto, di comprendere la parte”.

Cfr. G. BRUNI, *Le imprese pubbliche in economia d'azienda*, Libreria Dante Editrice, Verona, 1968, p. 18. Per questo autore l'economia aziendale è “un campo di studio assai vasto che, a tutt'oggi, presenta ampie possibilità di ulteriori indagini per la ricerca scientifica, ed ha come oggetto l'azienda quale parte viva ed operante del sistema economico generale, e non come astrazione frutto di mere speculazioni del pensiero, che sono più proprie della dottrina economica generale”.

- una scienza sociale;
- una scienza empirica⁹ che si propone di dare soluzioni concrete alle aziende;
- una scienza generalizzante, che tende ad individuare leggi o principi generali validi per tutte le aziende¹⁰.

L'economia aziendale studia le condizioni da cui derivano differenti livelli di validità organizzativa ed economica dei processi di funzionamento delle aziende. Essa individualizza il ruolo che l'azienda può svolgere in una società a seconda dei modelli economici, politici, ed istituzionali che questa ha assunto. Inoltre, essa analizza la capacità che l'azienda ha di soddisfare bisogni in condizioni di economicità rispetto a modalità alternative¹¹.

Mediante la scienza economica aziendale ci si propone dunque di fornire a coloro che governano l'azienda strumenti logici generali, e proposizioni scientifiche, che, pur nella loro astrattezza, sono applicabili nelle realtà concrete. Naturalmente, non ci si basa solo sulla descrizione degli accadimenti aziendali, ma si ricercano anche le relazioni che si instaurano tra questi, nonché la loro uniformità di manifestazione¹².

Questa scienza si avvale sia del metodo deduttivo, ovvero del ricorso all'astrazione, sia del metodo induttivo, ovvero dell'osservazione dei fatti aziendali¹³. Essa è scienza empirica positiva e normativa, in quanto in essa convi-

⁹ Il compito fondamentale della scienza empirica, così come scrive la Franceschi, “consiste nei tre punti seguenti: *formulare asserzioni* teoriche o stabilire nessi relazionali tra le asserzioni; *giustificare tali asserzioni* o relazioni sulla realtà empirica; sviluppare un insieme di *conoscenze replicabili e controllabili* da parte della comunità scientifica a cui sono rivolte”. R. FERRARIS FRANCESCHI, *Elementi di criticità negli studi di economia aziendale. La sfida della ricerca qualitativa*, in AA.VV., *Presente e futuro*, cit., p. 232.

¹⁰ Vedi M. SAITA, *Introduzione alle Scienze economico-aziendali*, Elemond Università/Azienda, Milano, 1993, p. 37.

¹¹ Zappa sostiene che “lo studio dell'azienda è l'analisi scientifica di una particolare realtà economica in tutti i suoi aspetti ed in tutte le interconnessioni con i sistemi più ampi e più piccoli in cui opera: l'importanza dell'economia aziendale non sta quindi nell'ampiezza del suo oggetto, ma nel tentativo di analizzare una realtà complessa che non è riducibile ad un generico soggetto del sistema economico”. G. ZAPPA, *Il reddito d'impresa*, cit.

¹² G. ZAPPA, *Il reddito d'impresa*, cit., p. 65; R. FERRARIS FRANCESCHI, *Problemi attuali dell'economia aziendale*, Giuffrè, Milano, 1998.

¹³ Infatti Onida sostiene che “la storia delle dottrine mostra come gli studi di amministrazione economica sempre diventano sterili e si smarriscono quando, trascurando il metodico esame dei fatti, si abbandonano alla costruzione di astratti e irreali sistemi, dedotti, senza il controllo dell'esperienza da fragili premesse”. P. ONIDA, *Le discipline economiche aziendali*, cit., p. 342.

vono in modo unitario, anche se possono essere separati, aspetti positivi con aspetti normativi¹⁴.

L'economia aziendale (scienza positiva) formula leggi che sono valide per ogni tipo di azienda, basandosi su di un unico aspetto: quello economico. Si studia così l'azienda al suo interno, sia pure inserito nell'ambiente circostante, e si analizzano i sistemi e le attività aziendali. In nessun caso si può prescindere dal considerare l'azienda nel rapporto che ha con l'ambiente che lo circonda, in quanto alcuni condizionamenti esterni influiscono direttamente sulle condizioni di equilibrio economico e finanziario¹⁵.

In effetti, solo conoscendo quali possono essere le opportunità ed i limiti che derivano da questi condizionamenti, l'azienda può trasformare questi ultimi in fattori di successo e pervenire così ad una gestione economicamente sana: se manca economicità nella gestione d'azienda, ciò è, come afferma Onida¹⁶, "per sé antisociale, e danneggia il bene comune".

La politica aziendale (scienza normativa) indica i modi di operare in base alle molteplici variabili che influenzano la gestione dell'azienda¹⁷. La dottri-

¹⁴ Sull'argomento vedi: M. SAITA, *Economia e strategia Aziendale*, Giuffrè, Milano, 2000, pp. 46-47; G. BRUNI, *Le imprese pubbliche in economia d'azienda*, cit., p. 3; P. ORLANDINI, *Economia aziendale pubblica*, in M. SAITA, *Macroeconomia aziendale*, Elemond Scuola Azienda, Milano, 1996, pp. 7-8.

¹⁵ B. CAMPEDELLI, *Analisi aziendale. Strumenti concettuali, metodologici e di valutazione dell'impresa*, Giappichelli, Torino, 1999, p. 34.

Ceccherelli sosteneva che non si può pervenire ad una chiara interpretazione delle manifestazioni di vita delle aziende, la cui conoscenza caratterizza e guida la loro economia e la tecnica del loro operare, se non si ricorre alla teoria organicistica, la sola che consenta una conoscenza fondata degli accostamenti e delle dipendenze che sempre più si accentuano fra i fenomeni interni di azienda ed i fenomeni esterni di mercato e le loro tendenze. A. CECCHERELLI, *Problemi di economia aziendale*, Colombo Corsi, Pisa, 1964, p. 39.

¹⁶ P. ONIDA, *Economia d'azienda*, Utet, Torino, 1971, p. 88.

¹⁷ Vedi U. BERTINI, *Scritti di politica aziendale*, Giappichelli, Torino, 1990. Su politiche e strategie vedi, tra gli altri, H.I. ANSOFF, *Organizzazione innovativa*, Ispoa Scuola d'impresa, Milano, 1997, p. 47; V. CODA, *L'orientamento strategico dell'impresa*, Utet, Torino, 1988, p. 47; A. CANZIANI, *La strategia aziendale*, Giuffrè, Milano, 1984; U. BOCCHINO, *Il Benchmarking: uno strumento innovativo per la pianificazione ed il controllo strategico*, Giuffrè, Milano, 1995. Reborà e Meneguzzo sostengono che "è necessaria una traccia, o uno schema di riferimento istituzionale, per promuovere un sufficiente livello di integrazione dell'azione e di rispondenza tra enti diversi". Per traccia di riferimento istituzionale si intende un insieme di regole, vincoli, indicazioni finalistiche, che orientano l'attività di ogni istituto e si concretizzano in normative formali (leggi e regolamenti), piani e programmi, atti amministrativi che esprimono i vari aspetti dei rapporti istituzionali (G. REBORÀ, M. MENEGUZZO, *Strategia delle amministrazioni pubbliche*, Utet, Torino, 1990).

na economica aziendale, così come scrive Borgonovi¹⁸, si caratterizza per i seguenti elementi:

1. si colloca nel filone istituzionale dell'economia, disciplina che ha origine nella filosofia morale;
2. nella dottrina economica aziendale italiana si usa il concetto di azienda (che si riferisce a diverse classi di aziende di produzione, di consumo, miste, pubbliche o private);
3. ogni azienda viene considerata come unità diversa da ogni altra e specifica. Per questo la dottrina ha elaborato il concetto di uniformità relative di comportamento economico;
4. la logica di correlazione tra fini conoscitivi, oggetti, metodi e strumenti di ricerca spesso ha portato gli studiosi italiani ed europei a privilegiare approcci differenziati, quantitativi e qualitativi, deduttivo-induttivo, empirici e teorici.

Nel tempo anche questa dottrina ha subito delle evoluzioni, poiché ogni scienza economico-sociale non può essere statica, ma deve cogliere i cambiamenti che avvengono nella realtà¹⁹. A dimostrazione di ciò è importante esaminare l'evoluzione che ha subito il concetto d'azienda.

1.2. L'evoluzione del concetto d'azienda come sistema economico-sociale

Dalla metà del XIX secolo sino ai tempi d'oggi il concetto d'azienda si è evoluto e le funzioni attribuite alla medesima si sono ampliate. Infatti, da realtà esclusivamente economica, oggi è diventato un sistema economico-sociale²⁰.

¹⁸E. BORGONOVÌ, *La ricerca italiana in economia aziendale e il contesto internazionale*, in AA.VV., *Presente e futuro*, cit., p. 207.

¹⁹V. CODA, *L'eredità di Gino Zappa*, Atti del Convegno su Zappa, Università Bocconi, Milano, novembre 2007.

²⁰Per una disamina sull'evoluzione del concetto di azienda vedi, tra gli altri: G. AIROLDI, G. BRUNETTI, V. CODA, *Economia aziendale*, Il Mulino, Bologna, 1994; V. ALFIERI, *L'organizzazione aziendale*, in *Giornale degli economisti*, luglio 1921; ALDO AMADUZZI, *L'azienda nel suo sistema*, cit., p. 20; D. AMODEO, *Ragioneria generale dell'impresa*, Giannini, Napoli, 1965; F. ARDEMANI, *L'evoluzione del concetto d'impresa e dei sistemi contabili in Italia*, in *Studi e Ricerche di ragioneria*, Giuffrè, Milano, 1986; F. BESTA, *La Ragioneria*, II ed., Vallardi, Milano, 1909; U. BERTINI, *Il Sistema Azienda*, cit.; A. CECCHERELLI, *Istituzioni di ragioneria*, Le Monnier, Firenze, p. 4; G. CERBONI, *Enciclopedia di amministrazione e contabilità*, vol. I, p. 785; T. D'IPPOLITO, *L'azienda. Prime nozioni di economia aziendale e di ragioneria*,

Già nell'opera di Cerboni (1886), oltre al concetto di azienda come organismo, possiamo riscontrare i primi legami tra azienda e ambiente: lo studioso afferma infatti che "l'azienda è un organismo del mondo economico-sociale"²¹. Sicuramente prendendo spunto dal suddetto studioso, Rossi scrive che le aziende sono "enti sociali viventi in mezzo alla società, e con essa organizzati con mezzi, forze, attitudini e fini diversi, ... differenti in quanto allo scopo ... nell'estensione e nella durata ... hanno carattere comune a tutti: hanno cioè vita economica giuridica sociale propria": ed inoltre sostiene che "tutti insieme armonizzano il bene comune sociale nel mentre cercano il bene proprio"²².

Come si desume dagli scritti di Cerboni e di Rossi, l'azienda è vista come un organismo anche sociale²³. Con Besta abbiamo l'abbandono del concetto di azienda come organismo, infatti il Maestro sostiene che l'azienda è "la somma di fenomeni, o negozi, o rapporti da amministrare relativi ad un cumulo di capitali che fanno un tutto a sé, o a una persona singola, o a una famiglia, o ad un insieme qualsivoglia, od anche soltanto ad una classe distinta di quei fenomeni, negozi, o rapporti"²⁴. Lo Studioso, pur non vedendo l'azienda come un organismo, sostiene che "poiché il produrre o l'accumulare ricchezze non può essere il fine ultimo del lavoro umano, dovendo questo piuttosto cercarsi nell'appagamento dei bisogni dell'uomo e nel progressivo perfezionamento suo, e poiché i capitali tutti che le imprese curano appartengono a persone singole, o a unioni di persone, e quei capitali non sono di per se stessi utilità mediate, e non si amministrano se non allo scopo di impiegarne poi i frutti loro al soddisfacimento dei bisogni delle unioni o dei singoli, così potrebbe forse parere che per determinare la serie di fenomeni,

Abbaco, Palermo-Roma, 1953; G. FERRERO, *Impresa e management*, Giuffrè, Milano, 1987, p. 7; B. LARUSSO, *Ragioneria generale basata sul sistema delle funzioni di controllo economico*, Laterza, Bari, p. 9; C. MASINI, *Lavoro e risparmio*, Utet, Torino, 1978; P. ONIDA, *Economia d'azienda*, cit.; M. SAITA, *Economia e strategia aziendale*, cit.; V. VIANELLO, *Istituzioni di ragioneria generale*, Albrighi Segati, Roma, p. 3; E. VIGANÒ (a cura di), *Azienda: contributi per un rinnovato concetto generale*, Cedam, Padova, 2000; G. ZAPPA, *Tendenze nuove degli studi di Ragioneria*, Discorso inaugurale dell'anno accademico 1926-27 tenuto presso il Regio Istituto di Scienze Economiche Commerciali di Venezia, Istituto Editoriale Scientifico, Milano, 1927.

²¹ G. CERBONI, *La ragioneria e le sue relazioni con le discipline amministrative e sociali, Il metodo*, vol. II, Dante Alighieri, Roma, 1894.

²² G. ROSSI, *L'Ente economico amministrativo*, voll. I e II, Stabilimento tipo-litografico degli artigianelli, Reggio dell'Emilia, 1882.

²³ Vedi B. AVERSA, *Il concetto di azienda in alcuni autori prima di Besta*, in E. VIGANÒ (a cura di), *Azienda. Contributi per un rinnovato concetto generale*, Cedam, Padova, 2000, pp. 9-15.

²⁴ F. BESTA, *La Ragioneria*, cit., p. 3.

o affari, o rapporti, i quali, presi insieme, costituiscono un'azienda, basti il dire che sono quelli pertinenti a una persona singola o a unioni"²⁵. Come si può desumere da questa frase, anche in questo studioso ritroviamo l'aspetto sociale dell'azienda.

In successione temporale abbiamo Gino Zappa, la cui opera abbraccia una produzione scientifica che copre un arco temporale di quasi cinquant'anni, e di conseguenza vive in un periodo in cui si hanno in campo economico e sociale dei cambiamenti forti, e ciò incide anche sui suoi scritti. Infatti, in un primo tempo, il Maestro definì l'azienda come "una coordinazione economica in atto, istituita e retta per il soddisfacimento dei bisogni umani, una coordinazione di operazioni economiche, di cui l'uomo e la ricchezza sono elementi vitali"²⁶.

Già in questa sua definizione lo Zappa ci mostra l'importanza dell'uomo per la vita dell'azienda ed anche ci fornisce una visione dinamica delle interazioni tra le operazioni aziendali. Successivamente il Maestro definisce l'azienda come "istituto economico destinato a perdurare, che, per il soddisfacimento dei bisogni umani, ordina e svolge in continua coordinazione la produzione o il procacciamento o il consumo della ricchezza"²⁷.

In questa trasformazione Zappa, con il termine di istituto economico, identifica in ciascuna azienda il concetto di soggettività, cioè una subordinazione dei singoli interessi soggettivi in relazione alle durevoli condizioni di esistenza dell'istituto. Ciò è necessario se ciascun portatore d'interesse vuole la possibilità di soddisfare nel tempo i propri bisogni. Discende da ciò che ciascuna azienda fa parte di un sistema più generale, che è dato dall'azione economica dei vari attori. Inoltre sostiene che la "comprensione" stessa del singolo istituto non può prescindere dall'analisi delle relazioni che esso instaura con il tutto di cui è parte. Questo concetto del Maestro costituisce per noi la prova che un'idea di responsabilità sociale e di obblighi da parte dell'azienda nei confronti di altri soggetti non è un concetto moderno sorto negli ultimi trent'anni, ma una concezione già espressa, in modo differente ma chiara, nella dottrina economico-aziendale²⁸.

²⁵ F. BESTA, *La Ragioneria*, cit., p. 6.

²⁶ G. ZAPPA, *Tendenze nuove degli studi di Ragioneria*, cit., p. 40.

²⁷ G. ZAPPA, *Il reddito d'impresa. Scritture doppie e bilanci di aziende commerciali*, Giuffrè, Milano, 1937, p. 14.

²⁸ Zappa afferma: "Di più, l'impresa, per svolgersi utilmente nel lungo andare, deve assolvere una somma vasta di doveri, non solo verso i dipendenti, ma anche verso tutta la collettività nella quale diviene. Insomma l'impresa deve temperare il tornaconto del suo soggetto con gli interessi di coloro che all'impresa danno volentieri il loro lavoro, e deve sottomettersi alle esigenze volute dal bene comune della collettività".

Un altro studioso con il quale ritroviamo il concetto di azienda non solo come unità economica, ma anche sociale, è Onida, il quale scriveva: “le aziende sono ordinate a fini concernenti la soddisfazione dei bisogni umani, in quanto questa soddisfazione esiga consumo di beni economici e quindi produzione ed acquisto degli stessi”. Inoltre Egli continua: “le aziende si presentano come corpi intermedi fra l’individuo e lo Stato, servono all’individuo e alla collettività”; e ancora: “la vita dell’azienda si manifesta essenzialmente nella durevole e coordinata svolta a dati fini, nel sistema continuamente rinnovatesi e mutevole degli atti e dei fatti di gestione”. Un’enunciazione ancor più esplicita del concetto di azienda come sistema aperto ci viene da Amaduzzi: “l’azienda è un sistema di forze economiche che sviluppa nell’ambiente, di cui è parte complementare, un processo di produzione o di consumo, o di produzione e consumo insieme, a favore del soggetto economico ed altresì degli individui che vi cooperano”²⁹.

Per la nostra analisi due aspetti risultano rilevanti: la concezione di azienda come parte complementare di un ambiente in cui essa si sviluppa, e l’attenzione per tutti gli individui che vi cooperano. Amaduzzi evidenzia nel suo scritto che il soggetto economico deve tenere conto dei vincoli che gli vengono imposti dagli individui che cooperano al processo produttivo/erogativo. Anche in questo autore ritroviamo in modo esplicito la visione di portatore d’interesse, anche se nell’opera non è così denominato.

Per Masini³⁰ l’azienda si intende per astrazione l’ordine strettamente economico di un istituto. Lo Studioso specifica che questa astrazione è vincolata a tutti i caratteri dell’istituto, come: sociali, etici, religiosi e politici. “L’azienda vista come ordine economico di un istituto presenta una molteplicità di sistemi con unità d’oggetto”³¹.

²⁹ Amaduzzi scrive a proposito: “L’azienda come sistema economico di forze operanti, svolge un processo di produzione, o di consumo, o di produzione e consumo insieme, per i fini diretti di un determinato soggetto, che appare ai nostri studi come il sistema economico dell’azienda, o, se si vuole, come il soggetto economico dell’azienda. Ma conviene fare una precisazione. L’attività aziendale produttrice o erogatrice è rivolta direttamente a quella persona o a tutte quelle persone che partecipano, dopo la distribuzione del compenso, agli altri fattori di produzione, alla divisione del lucro, se l’azienda è un’impresa, o al processo erogativo, se l’azienda ha il fine ultimo del consumo”. Il Maestro continua: “l’idea del soggetto economico come dominatore va interpretato subordinatamente a tutte le circostanze economiche ed extraeconomiche che possono costituire un limite alla sua attività dominatrice”. ALDO AMADUZZI, *L’azienda nel suo sistema*, cit.

³⁰ C. MASINI, *Lavoro e risparmio*, cit., p. 13.

³¹ “La nozione di *sistema* differisce profondamente da quella di *istituto*. Il sistema non è l’istituto. In quest’ultimo si possono scoprire più sistemi. Ma l’istituto non è il sistema di ordine superiore che li comprende. Le caratteristiche prime dell’istituto sovrastano, cosicché la loro conoscenza consente di meglio intendere quelle dei suoi sistemi. L’attacco dei problemi

Lo Studioso sostiene che se si osserva l'azienda come sistema generale di accadimenti economici questo è un sistema continuo, dinamico, misto, relativo ed aperto. Come sistema aperto ha quindi vincoli di interdipendenza con l'ambiente. Inoltre lo Studioso sostiene che il soggetto economico dell'azienda è unico, anche se composto da individui con "categorie d'interessi diversi". Gli interessi diversi degli individui saranno soddisfatti dal risultato, ma a priori non si può stabilire quanto spetta a ciascuno. Il soddisfacimento dei vari portatori d'interessi discenderà da un dibattito ed in base alle condizioni aziendali e ambientali e secondo giustizia. Lo studioso, con questa sua visione, ci fornisce il concetto di portatore d'interesse nella versione attuale. Inoltre, come già gli altri studiosi, anche Masini ci propone una visione sistemica d'azienda e individua la sua caratteristica fondamentale nell'essere un'entità sociale oltre che un'entità economica.

La visione di azienda per Giannessi è la seguente: "l'azienda è l'unità elementare dell'ordine economico generale, dotata di vita propria e riflessa, costituita da un sistema di operazioni, promanante dalla combinazione di particolari fattori o dalla composizione di forze interne ed esterne, nel quale i fenomeni della produzione, della distribuzione e del consumo vengono predisposti per il conseguimento di un determinato equilibrio economico a valere nel tempo"³².

Lo scopo di Giannessi, nell'enunciare questi concetti, è di prevenire l'ingenerarsi di confusione circa una pretesa disparità ed inconciliabilità di fini e di criteri di gestione tra le aziende di erogazione e le aziende di produzione³³.

concreti di indagine sulla realtà, e di decisione per l'azione, e di strutturazione del controllo dei sistemi (che non è solo controllo dell'azione) non deve solo stare al sistema, ma collegarsi anzitutto alle note fondamentali dell'istituto.

Il sistema generale degli accadimenti di azienda, ad esempio, ci indirizza sul notevole tema dei rapporti o delle relazioni tra gli accadimenti; ma, per richiamare la nozione di 'bene comune' occorre trattare dell'istituto al quale perviene l'ordine economico (azienda) di cui si può definire un sistema generale di accadimenti.

Il 'sistema dei valori' coesiste col 'sistema dell'organismo personale' e col 'sistema delle decisioni' dell'azienda di produzione di istituto economico, e dell'azienda di consumo e patrimoniale dell'istituto familiare (religioso, fisico, sociale, ecc.).

Insomma, la nozione di sistema richiede un'astrazione di specie diversa da quella alla quale si ricorre per la nozione di istituto. Mette in evidenza necessariamente alcune caratteristiche del fenomeno osservato in modo più limitato. Porta ad altre conoscenze per l'utilizzazione sia scientifica sia pratica guidata secondo procedimenti scientifici. Nell'Economia di azienda si integra con quella di istituto, dalla quale trae limiti di varietà e di impiego". C. MASINI, *Lavoro e risparmio*, cit., p. 18.

³²E. GIANNESI, *Appunti di Economia aziendale*, cit.

³³Aldo Amaduzzi osservava che (p. 27) appare come sia difficile distinguere quale atto

Naturalmente, i mezzi atti a pervenire al fine aziendale sono operazioni economiche di varia natura, a seconda che l'azienda abbia come funzione la produzione o l'erogazione. In ogni caso l'insieme delle operazioni aziendali deve essere economicamente equilibrato, e cioè l'azienda, sia essa pubblica o privata di erogazione, ovvero pubblica o privata di produzione, deve operare in base al principio dell'economicità³⁴, poiché la duratura funzionalità aziendale è un obiettivo primario e fondamentale, che si può ottenere solo se si ha una gestione economica.

In ultima analisi lo Studioso sostiene che tutte le aziende hanno un unico fine, e quindi la classificazione in aziende di produzione e aziende di erogazione ha solo uno scopo operativo³⁵.

economico sia fecondo per la formazione di nuova ricchezza, e quale si risolve in una distruzione di ricchezza. Forse, a ben guardare, non v'ha movimento economico che non possa essere, in ultima analisi, ritenuto produttivo.

³⁴ Sull'argomento Ferrero sostiene che "il principio economico che condiziona l'esistenza e l'operatività dell'azienda trova la sua generale espressione nella dinamica relazione di equilibrio tra il fabbisogno di fattori dei quali l'azienda stessa necessita, secondo svariati e mutevoli vincoli qualitativo-quantitativi, per poter operare, nei diversi e complementari momenti del definito processo di produzione, conformemente al proprio oggetto e condizionatamente alle variabili circostanze interne ed esterne di svolgimento, da un lato, e la capacità di copertura del fabbisogno medesimo, tenuto conto dei mezzi economici su cui l'azienda può contare, malgrado le alterne vicende del proprio operare, e della remunerazione che a tali fattori variamente compete secondo criteri di congruità, dipendenti dalle mutevoli circostanze che condizionano la tempestiva e conveniente disponibilità dei fattori stessi, dall'altro". G. FERRERO, *Istituzioni di Economia d'Azienda*, Giuffrè, Milano, 1968.

Confronta con P.E. CASSANDRO, *Le gestioni erogatrici pubbliche (Stato, Regioni, Province, Comuni, Istituzioni di assistenza e beneficenza)*, II ed., Utet, Torino, 1966: "sia nel consumo che nella produzione si agisce economicamente comparando utilità consumate con utilità create, e scegliendo, tra le possibili alternative, quelle che rendono più alto il rapporto tra utilità consumate e utilità create".

La Ferraris Franceschi sostiene che "l'economicità talvolta viene fatta coincidere con la convenienza delle scelte e delle operazioni. Nulla di più limitato. L'economicità come complesso di criteri di comportamento attiene al perseguimento dei fini aziendali, passa attraverso la capacità di comporre adeguatamente le diverse categorie di interessi che si incentrano sull'azienda, tenendo ad essa avvinti mediante adeguata remunerazione sia i differenti fattori produttivi, sia i conferenti di capitale di rischio. Economicità implica anche la considerazione attenta del sistema aziendale nella sua globalità, degli elementi che lo compongono, delle interrelazioni tra di essi, ed inoltre dei rapporti con il mercato, l'ambiente, la società". R. FERRARIS FRANCESCHI, *Etica ed economicità*, in *RIREA*, n. 5/6, 2002.

³⁵ Giannessi sostiene che "se fosse possibile classificare le aziende secondo il fine, è evidente che, avendo i termini 'produzione' ed 'erogazione' un significato molto complesso, si avrebbero aziende con notevole disparità di fini, in aperto contrasto con l'essenza unitaria del fenomeno aziendale. La postulazione dell'unità del fine aziendale toglie alle classificazioni ogni significato che non sia tecnico-operativo. Alla pluralità delle concezioni sotto le quali può essere considerato il fenomeno aziendale, non corrisponde una pluralità di fini. L'azien-

Il termine azienda è da preferirsi al termine impresa: infatti, l'impresa rappresenta una tipologia particolare di azienda, ovvero l'azienda di produzione. L'impresa è quindi un'azienda che produce beni o servizi per il mercato, mentre altre aziende che non sono comprese nel concetto di impresa sono quelle che producono beni e servizi volti al soddisfacimento dei bisogni dei suoi membri o della collettività. Con tale precisazione vogliamo prevenire l'ingenerarsi di confusione circa una pretesa disparità ed inconciliabilità di fini e di criteri di gestione tra le aziende di produzione e le aziende di erogazione.

Per Giannessi l'azienda è quindi un sistema organizzato e finalizzato a conseguire un equilibrio economico e finanziario a valere nel tempo, cioè a creare ed accrescere valore³⁶.

Anche questo Studioso enfatizza il rapporto azienda e ambiente e, come gli altri Studiosi, la visione di azienda come sistema. Inoltre evidenzia in modo chiaro il fine unico di tutte le aziende, la durabilità nel tempo, che si può ottenere con il raggiungimento di un equilibrio economico duraturo.

Per Bertini³⁷ l'azienda è un sistema economico-sociale che opera in un sistema più ampio, del quale essa stessa fa parte. Tale sistema coincide con l'ambiente generale, con il quale l'azienda, in accordo alla teoria dei sistemi, intrattiene un interscambio continuo. L'azienda, inoltre, quale istituto economico duraturo, deve saper realizzare in via continuativa un costruttivo equilibrio con l'ambiente nel quale è inserita, pena la sua sopravvivenza.

La funzione dell'azienda consiste nel progettare, produrre, distribuire beni, erogare servizi, ottenere le risorse e le collaborazioni occorrenti ai fini

da, riguardata come fenomeno della vita economica, è una e una soltanto; in quanto tale non può che avere un solo fine. Le classificazioni basate sulla pluralità di fini mascherano sempre, nell'una o nell'altra classe, l'inconsistenza della vita aziendale". E. GIANNESI, *Interpretazione del concetto di azienda pubblica*, Corsi, Pisa, 1961.

³⁶Giannessi sostiene che "l'azienda ha un solo fine: il conseguimento, la conservazione e lo sviluppo di un determinato equilibrio economico a valere nel tempo, e, in quanto tale, deve costantemente operare in maniera economica". E. GIANNESI, *Interpretazione del concetto*, cit. Sempre sullo stesso concetto, Bertini scrive che "l'aspetto centrale che domina la vita dell'azienda è quello della produzione di ricchezza". U. BERTINI, *Il sistema d'azienda*, Servizio editoriale universitario, Pisa, 1987, p. 16. Per Coda, tra le funzioni necessarie al fine di avere "una duratura funzionalità aziendale, una è data dall'accumulazione del capitale aziendale tangibile ed intangibile, sì da adeguarlo alle esigenze di funzionalità e sviluppo duraturo dell'azienda". V. CODA, *Il problema della valutazione della strategia*, in AA.VV., *Seminario sulla definizione e la valutazione delle strategie aziendali: criteri, metodi, esperienze*, Bressanone, 11-12 settembre 1989.

³⁷U. BERTINI, *Il sistema d'azienda*, cit.

produttivi³⁸, promuovendo l'insorgenza dell'assenso degli interlocutori che detengono e controllano le suddette risorse. Infine l'azienda deve curare un corretto livello di autosufficienza, al fine di non dipendere eccessivamente, per la sua funzionalità ed il suo sviluppo, da fattori o soggetti esterni ed incontrollabili.

Il raggiungimento di tali obiettivi presuppone l'efficacia dei processi di governo. Essa si manifesta nella capacità d'individuare, selezionare e soddisfare le attese e le aspettative dei portatori d'interesse interni ed esterni. All'organo di governo dell'azienda sono attribuite le scelte strategiche alle quali si dovrà conformare la struttura operativa dell'azienda. Quindi dipende dalla funzione di governo se l'azienda sarà in grado di perseguire l'obiettivo della prosperità economica e finanziaria congiuntamente con quello della qualità ambientale e quello dello sviluppo sociale. In ultima analisi dipende dal sistema di *governance* dell'azienda se essa può essere giudicata socialmente responsabile.

Con questa sintetica esposizione abbiamo voluto evidenziare che la visione sistemica d'azienda come unità economica e sociale permette di cogliere appieno la responsabilità che l'azienda ha nei confronti dei suoi interlocutori sociali. Inoltre essa ci permette di evidenziare che i nostri Maestri non hanno mai teorizzato la massimizzazione del profitto come scopo aziendale, bensì hanno sempre indicato come scopo la durabilità della vita dell'azienda, la quale si ottiene mediante un equilibrio economico nel tempo, che, a sua volta, porta alla creazione e all'accrescimento di valore.

1.3. Il concetto di valore

Nel paragrafo precedente abbiamo sostenuto che lo scopo dell'azienda è la creazione e l'accrescimento di valore: ciò deriva dal mantenimento di un equilibrio economico nel tempo³⁹. Ci sembra quindi opportuno chiarire il significato del termine "valore", partendo, così come scrive Zanda⁴⁰, dal suo significato etimologico: "valore è ciò che è degno di essere preso in considerazione".

³⁸ Sul finalismo aziendale vedi S. ADAMO, *Finalità ed obiettivi delle aziende nell'attuale contesto socio economico*, in N. DI CAGNO (a cura di), *Scritti in memoria di Paolo Maizza*, Cacciari, Bari, 1999, p. 259.

³⁹ E. GIANNESI, *Appunti di economia aziendale*, cit.; ALDO AMADUZZI, *L'azienda nel suo sistema*, cit.

⁴⁰ G. ZANDA, M. LACCHINI, T. ONESTI, *La valutazione delle aziende*, Giappichelli, Torino, 1992, p. 1.

Il valore esprime quindi una relazione tra un soggetto ed un oggetto. Il valore è un giudizio su qualcosa dato dal soggetto. Il soggetto, naturalmente, può essere una persona o un insieme di persone. Da ciò discende che la tematica del valore può essere fatta oggetto di un'analisi ad almeno tre livelli ⁴¹:

- sotto il profilo ontologico: in questo caso ci si interroga se esistano, e quanti siano, i valori, quale sia la loro natura, se possono darsi valori assoluti, o solo relativi, se sia possibile istituire una classificazione, ed ancora una graduazione tra i valori;
- sotto il profilo gnoseologico: si tratta di rinvenire una metodologia di identificazione, conoscenza, ed eventualmente apprezzamento, dei valori; è chiaro che questo livello è strettamente legato al precedente;
- sotto il profilo etico-deontologico: una volta identificati i valori, ne discende una teoria del comportamento per l'individuo.

L'accezione del concetto di valore da noi considerata deve essere funzio-

⁴¹ Per quanto riguarda il concetto di valore negli studi di ragioneria e di economia aziendale ricorderemo, primo fra tutti, L.G. GRIPPA, *La scienza dei conti, ossia l'arte di tenere registri e compilare bilanci*, pubblicato nel 1838-39. Per approfondimenti vedere, tra gli altri, ANTONIO AMADUZZI, *Storia della ragioneria, uomini, aziende, contabilità*, Collegio dei Ragionieri di Bergamo, Bergamo, 2001; F. VILLA, *La contabilità applicata alle amministrazioni private e pubbliche, ossia elementi di scienze economiche amministrative*, vol. I e II, Tipografia delle Scienze, Roma, 1840-1841; P. ONIDA, *Le discipline economiche aziendali: oggetto e metodo*, Giuffrè, Milano, 1951; F. BESTA, *La Ragioneria*, cit.; PLATONE, *La Repubblica*, versione in italiano di Franco Sartori, Laterza, Roma, 1994; ARISTOTELE, *Politica, trattato sull'economia*, Laterza, Bari, 1986; G. MAZZA, *Introduzione allo studio del valore nelle discipline economiche d'azienda*, Giuffrè, Milano, 1969; A. SMITH, *Indagine sulla natura e le cause della ricchezza delle nazioni*, Isedi, Milano, 1973; BAWERK VON BOEHM, *Positive of Capital*, traduzione di Gorge D. Hunik, Jena Libertarian Press, South Holland, 1959; P. D'ALVISE, *Principi e precetti di ragioneria per l'amministrazione economica delle aziende*, Cedam, Padova, 1934; G. FERRERO, *La valutazione economica del capitale delle aziende*, Giuffrè, Milano, 1966; G. BRUNI, *Contabilità del valore per aree strategiche di affari*, Giappichelli, Torino, 1999; V. CODA, *Introduzione alle valutazioni dei capitali economici di impresa*, Giuffrè, Milano, 1989; F. DI LAZZARO, *I tassi nella determinazione del capitale economico d'azienda*, Giuffrè, Milano, 1989; L. GUATRI, *Trattato sulla valutazione d'azienda*, Egea, Milano, 1998; C. MASINI, *La dinamica economica nei sistemi dei valori di azienda: valutazioni e rivalutazione*, Giuffrè, Milano, 1955; M. MUNARI, *Il valore di mercato delle aziende*, Giuffrè, Milano, 1984; L. OLIVOTTO, *La valutazione economica d'impresa*, Cedam, Padova, 1983; F. PODDIGHE (a cura di), *Manuale di tecnica professionale*, Cedam, Padova, 2000; G. DONNA, *La valutazione economica delle strategie d'impresa*, Giuffrè, Milano, 1992; A. BERETTA ZANONI, *Strategia e politica aziendale*, Giuffrè, Milano, 1997; ANDREA AMADUZZI, *Equilibrio e valore economico aziendale*, Giuffrè, Milano, 2002; B. CAMPEDELLI, *Analisi aziendale*, cit.; A. TESSITORE, *La produzione e la distribuzione del valore*, in "Le aziende non-profit tra Stato e Mercato", Atti del convegno AIDEA, Clueb, Bologna, settembre 1996.

nale agli scopi della scienza economica aziendale⁴²⁻⁴³. A questo scopo non è indifferente come è espresso il valore, cioè il “segno”⁴⁴.

Il segno permette di misurare e rappresentare i valori, ragion per cui mediante il segno si possono effettuare gerarchie di valori che possono essere raggruppati: valori economici, valori sociali, ecc.

Il valore ha quindi diverse sfaccettature a seconda del soggetto di riferimento.

Per comprendere le preferenze dei portatori d’interesse (soggetti) si devono individuare due elementi determinanti su cui fondare la nostra visione: il soggetto di riferimento per il valore, e le modalità e strumenti per la misurazione. A seconda dei soggetti interessati al “valore aziendale” si potranno avere diverse accezioni di valore e di conseguenza si dovranno stabilire diverse modalità di misurazione, dalle quali, con algoritmi appropriati, potremo in un momento successivo ricondurre il tutto ad un valore economico. I soggetti interessati alla creazione di valore possono essere identificati in vari gruppi: azionisti, dipendenti, fornitori, clienti, sindacati, banche, concorrenti, comunità in generale, ecc. L’elenco potrebbe continuare, ma quello che ci preme è di mostrare che l’attività delle aziende deve essere protesa a far crescere relazioni coerenti tra gli interessi dei vari soggetti da soddisfare ed il valore creato⁴⁵.

Per quanto riguarda gli azionisti, il valore è rappresentato dai dividendi che potranno percepire e dall’aumento del valore economico delle azioni da loro possedute. Per i dipendenti il valore si traduce in stipendi/salari percepiti e commisurati alle prestazioni fornite, in linea con i livelli retributivi garantiti da aziende similari, ma non solo questo. Infatti i dipendenti considerano valore anche la sicurezza sul posto di lavoro, la continuità del rapporto lavorativo, ecc.

Per i fornitori il valore si traduce nella certezza dei pagamenti, nella continuità del rapporto di fornitura con l’azienda.

⁴² Andrea Amaduzzi sostiene che “il termine valore è stato sempre utilizzato per identificare concetti alquanto differenti a seconda del contesto scientifico di riferimento. È così possibile parlare di valore con significati molto diversi a seconda che esso sia utilizzato, per esempio, nelle scienze fisiche o matematiche, in filosofia, nella logica, nelle arti figurative, in economia, e via dicendo”. ANDREA AMADUZZI, *Equilibrio*, cit., p. 12. Nel presente studio si farà riferimento al concetto di valore economico di un definito e determinato oggetto: l’azienda. Pur con tale circoscrizione dell’ambito di studio, una definizione univoca del concetto di valore economico non appare del tutto agevole.

⁴³ E. BORGONOVÌ, *Il concetto di valore pubblico*, in *Azienda Pubblica*, n. 2/9, 2001, p. 185.

⁴⁴ Vedi U. ECO, *Trattato di semiotica generale*, Studi Bompiani, Milano, 1975.

⁴⁵ M. SAITA, *Introduzione alle scienze*, cit., p. 10.

Per i clienti il valore si traduce nel rapporto qualità/prezzo relativo al bene acquistato.

Come si può percepire, il valore generato dall'azienda può assumere molteplici sfaccettature in relazione ai soggetti che hanno aspettative derivanti dallo svolgimento della sua attività e per ciascuna delle quali è necessario definire le modalità e gli strumenti di misurazione. Quindi l'approccio alla misurazione del valore in senso lato non può essere solo economico-finanziario, ma deve spaziare su più prospettive come misura della qualità, misura dei rischi relativi alla sicurezza, misura delle capacità di innovazione, ecc.

In sostanza, la creazione o accrescimento di valore da parte dell'azienda è portatore di maggiore benessere per tutti i soggetti che hanno relazioni dirette o indirette, ma il maggior benessere in un determinato tempo e luogo è una misura della sua ricchezza⁴⁶.

1.4. Il sistema ambiente

Abbiamo visto che l'azienda è un sistema aperto che intrattiene relazioni continue con l'ambiente, e quindi ci sembra opportuno investigare più in profondità sulla natura di quest'ultimo⁴⁷.

Per ambiente si suole intendere "il contesto di condizioni e circostanze in

⁴⁶Onida scriveva: "Il problema economico ha bensì rapporto con la ricchezza ma nella sua concreta qualificazione etica esso si presenta non tanto come problema di conservazione o accrescimento del benessere umano o, se si vuole, di conservazione o accrescimento della ricchezza, nei limiti e nei modi che meglio giovano al benessere e all'elevazione dell'uomo e della società. La ricchezza, infatti, è al servizio dell'uomo e non già l'uomo al servizio della ricchezza. Aumentare la quantità di ricchezza mediante ordinamenti produttivi che implicino o favoriscano una non conveniente distribuzione di essa dal punto di vista sociale o aumentare la ricchezza seguendo vie e procedimenti incompatibili con la dignità e l'elevazione morale dell'uomo, produttore e consumatore, significa risolvere male, in concreto, i problemi economici della collettività e lo stesso problema sociale della produzione". P. ONIDA, *L'azienda. Primi principi di gestione e di organizzazione*, Giuffrè, Milano, 1954, p. 395.

⁴⁷Zappa così scriveva: "Se infatti quel raggruppamento così solidale che è l'azienda riflette – come non può revocarsi in dubbio – la connessione col tutto economico del quale è parte, i cambiamenti nelle coordinazioni aziendali si manifesteranno anche in correlazione con i fenomeni esterni, e coesistenze e sequenze interne ed esterne saranno spesso collegate". Sull'argomento il Maestro continua: "Insomma la configurazione che l'economia delle imprese assume in un dato tempo per attuare le coordinazioni reputate più convenienti, non può essere saldamente costituita per tempi duraturi. Essa è sommamente instabile, soggetta qual è, oltre che alle interne perturbazioni, alle influenze disgregatrici dell'ambiente". G. ZAPPA, *Il Reddito d'impresa*, II ed., Giuffrè, Milano, 1946, pp. 33-34; L. ANSELMINI, *Economicità e socialità nell'azienda pubblica*, in *Scritti in onore di Carlo Masini*, Egea, Milano, 1993.