

Introduzione

Tema e obiettivi

La misurazione del valore economico e della performance rappresenta un tema di attualità e di interesse per manager d'impresa e studiosi.

Molti sono infatti gli scritti che si sono occupati in tempi recenti e si occupano tuttora di valore e performance, di modelli, costruzioni e misure utili per la gestione del valore aziendale. Si tratta di un tema che è diventato oggetto di particolare attenzione e trattazione sia a livello accademico sia a livello professionale, dato che sempre più frequenti sono risultati gli approfondimenti in letteratura, le citazioni nella stampa specialistica, le esposizioni nei documenti del bilancio, nelle relazioni assembleari, nei consigli di amministrazione di molte imprese.

In realtà, i concetti di valore e di performance non hanno molto di nuovo, visti i ripetuti riferimenti in lavori anche non molto recenti nel tempo. La novità, tuttavia, è la dose massiccia con cui queste espressioni entrano nel quotidiano, pervadendo ogni istante della gestione aziendale e ogni soggetto in essa coinvolto.

Qual è il significato di valore? Qual è il significato di performance? Che cosa significa creare o distruggere valore? Che cosa significa realizzare una performance positiva o negativa? Quali sono i fattori alla base della produzione di valore? Quali sono i principali presidi per garantire la conservazione o favorire la creazione di valore per un'impresa?

Il valore è lo strumento che spinge a fare nascere una nuova impresa; a garantirne l'esistenza e la continuità nel tempo; ad esaltarne lo sviluppo, ad impedirne la morte.

Il concetto di creazione o mantenimento del valore viene inevitabilmente filtrato attraverso il giudizio di un insieme differenziato di soggetti interni o esterni all'impresa e realmente o potenzialmente interessati alle sue condizioni di vita: i fornitori e i clienti; i dipendenti; le imprese concorrenti; i fornitori di capitale di debito; i fornitori di capitale di pieno rischio, la comunità sociale. L'impresa deve assicurare ad ogni classe di soggetti un'adeguata soddisfazione delle rispettive attese.

Il valore economico e la performance sono dunque variabili articolate e complesse, che tendono a sfuggire a qualsiasi tentativo di definizione generale, univoca, unica nel suo significato. Esse presentano tratti di ambiguità e vaghezza, di multidimensionalità, tipici di concetti di sintesi che tendono a rappresentare un'entità complessa, l'impresa nelle sue molteplici posizioni e trasformazioni, immersa in uno spazio altrettanto complesso, l'ambiente nelle sue molteplici qualificazioni e manifestazioni.

Oggetto e struttura

Il lavoro viene articolato intorno ad alcune aree d'analisi ritenute fondamentali. Esse sono indirizzate a:

- costruire un framework utile per collocare l'analisi dell'impresa e del valore economico;
- fornire un modello utile per la misurazione e il controllo del valore economico e tracciarne i caratteri fondamentali: impianto generale e costruzioni, misure, strumenti e tecnicismi di misurazione, calcolo economico;
- fornire un modello utile per la misurazione e il controllo delle performance e delle leve alla base della generazione del valore e tracciarne i caratteri fondamentali: impianto generale e costruzioni, misure, strumenti e tecnicismi di misurazione, calcolo economico;
- fornire alcune chiavi di lettura conclusive sul tema, attraverso opportune esemplificazioni.

Struttura e articolazione

La struttura del lavoro – sia per quanto riguarda lo sviluppo generale del tema sia per quanto concerne l'approfondimento di suoi aspetti specifici – riflette una duplice logica espositiva: 1. Modulare, in quanto ogni parte presenta

importanti livelli di autonomia; 2. Additiva e sequenziale, in quanto i diversi elementi oggetto dell'analisi vengono introdotti, osservati e collegati tra loro in forma graduale.

Destinatari del lavoro

Per l'argomento e per l'approccio metodologico adottato, questo lavoro intende proporsi a tutti coloro che affrontano il tema della misurazione e del controllo del valore nelle imprese; agli studenti dei corsi universitari, post-universitari e dei master; agli imprenditori, ai direttori generali e finanziari, ai professionisti e ai consulenti aziendali; a quanti, come soggetti esterni o interni, sono impegnati ad affrontare i problemi della misurazione e del governo del valore aziendale.

