

IL BILANCIO SOCIALE

per gli

STUDI PROFESSIONALI



I documenti ispiratori, il modello guida e le finalità di utilizzo di uno strumento che richiede a tutti i professionisti uno straordinario sforzo di sincerità con se stessi

di Enzo Napolitano e Mario Rovetti

— Siamo abituati a collegare la parola “bilancio” ai contenuti prescrittivi ed alle norme giuridiche che regolano il mondo dell’impresa. Raramente colleghiamo a questo termine i significati di determinazione di quanto è stato fatto di un lavoro e quanto resta invece ancora da fare od anche di valutazione degli aspetti positivi e di quelli negativi di un’esperienza o di un’attività non necessariamente economica.

Ancor più raramente colleghiamo il termine bilancio, di per sé — come detto — foriero di aspetti giuridici, all’aggettivo “sociale”, che evoca i rapporti con la società e con l’ambiente in cui noi viviamo ed ai nostri rapporti con le persone con cui siamo a contatto.

Parlare dunque di “bilancio”, per di più “sociale”, nell’ambito di uno studio professionale pare, a prima

vista, un anacoluti. Tuttavia, se ci si sofferma sulla possibilità di assegnare a queste parole i loro diversi (originali) contenuti, si scopre che non è per nulla utopico prospettare ai terzi, con il bilancio sociale, le risultanze della propria attività professionale con riguardo ai rapporti con i terzi, gli *stakeholder*, con cui entriamo quotidianamente in contatto.

Sono queste le considerazioni che hanno indotto i sottoscritti, cofondatori dell’Associazione italiana revisori etici, a promuovere lo studio di un modello di bilancio sociale da adattare alla realtà dello studio professionale (il modello è ora disponibile in www.revisorietici.net), costituendo un gruppo di lavoro¹, a cui è stato affidato il compito di mettere a punto questo nuovo strumento, considerato qualificante per coloro che saranno iscritti all’elenco dei revisori etici,

e di procedere alla sua annuale revisione tenendo conto dei suggerimenti che perverranno dai professionisti che lo hanno adottato.

Il modello di bilancio sociale proposto per gli studi professionali è stato impostato tenendo conto dei seguenti documenti:

- *Principi di redazione del bilancio sociale* approvato nel 2001 dal Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del bilancio sociale (Gbs);
- *Modello di redazione del bilancio sociale per il settore del credito* approvato nel 2001 dall’Associazione Banche Italiane (Abi)
- *Linee guida per la revisione del bilancio sociale* approvato nel 2004 dal Gruppo di studio per la statuizione dei principi di redazione del bilancio sociale (Gbs).

In esso, tuttavia, vengono formulate considerazioni in ordine alla responsabilità dello studio professio-

NOTE

¹ Fanno parte del gruppo di lavoro Luca Bagnoli (revisore contabile e docente di economia presso l’Università di Firenze), Giusi Cenedese (revisore contabile e ragioniere commercialista),

Giacomo Manetti (docente di economia presso l’Università di Firenze) Enzo Mario Napolitano (revisore contabile e dottore commercialista), Mario Rovetti (revisore contabile e

ragioniere commercialista), Giovanni Spola (revisore contabile e ragioniere commercialista), Lucia Starola (revisore contabile e ragioniere commercialista).

nale, alla gestione dei valori, alla qualità sociale dell'attività; tiene conto, inoltre, del fatto che molti studi professionali siano di modeste dimensioni e dunque il modello di bilancio sociale si propone come obiettivo principale quello di essere utilizzato anzitutto come strumento di governo e di relazione con i pubblici interni, e solo in un successivo momento come strumento di comunicazione e relazione con i pubblici esterni.

Il modello è composto da tre parti:

- l'identità, in cui lo studio professionale prospetta l'assetto organizzativo, la missione, i valori di riferimento (vedi box 1) e il disegno strategico;
- la produzione e la distribuzione del valore aggiunto dello studio (vedi box 2), che esplicita i rapporti economici con gli *stakeholder*;
- la relazione sociale, nella quale sono esposti, con riferimento a ogni singola categoria di *stakeholder*, i risultati ottenuti in rapporto ai programmi ed alla missione dichiarata.

Le competenze che il decreto delegato della legge istitutiva del nuovo Ordine professionale contabile assegna ai suoi iscritti prevede precise competenze in materia di bilancio sociale (si veda l'articolo 1, comma 3, lettera o, del provvedimento), nel quale viene innovativamente riconosciuta ai futuri iscritti all'ordine la competenza tecnica per "la redazione e la asseverazione delle informative ambientali, sociali e di sostenibilità delle imprese e degli enti pubblici e privati"²; è auspicabile dunque che il professionista contabile, a cui si rivolgeranno le imprese clienti per l'assistenza del caso, sia esso stesso utilizzatore convinto dello strumento di rendicontazione sociale.

BOX 1

I valori di riferimento dello studio debbono possedere i seguenti requisiti

Prescrittività: i valori affermati devono essere intesi come la guida effettiva del comportamento e dell'attività dello studio;

Osservanza: i valori affermati devono essere effettivamente rispettati e osservati nello studio;

Stabilità: i valori devono essere cogenti per una durata significativa;

Generalità: i valori devono ricoprire l'insieme delle attività e delle relazioni tra lo studio e i suoi stakeholder;

Imparzialità: i valori affermati, se hanno validità generale, devono essere applicati in modo imparziale tra tutte le categorie di stakeholder e se riferiti a una specifica categoria di stakeholder, in modo imparziale tra i soggetti in essa compresi;

Universalità: i valori devono essere intesi dallo studio in modo non occasionale ed essere considerati come validi in tutti i casi analoghi, cioè in tutti i casi in cui ricorrono le caratteristiche alle quali i valori si riferiscono.

BOX 2

La produzione e la distribuzione del valore aggiunto dello studio

		Anno ____	%	Anno ____	%
Incassi complessivi	+				
Costi per servizi esterni	-				
Costi per materiali di consumo	-				
Costi per godimento beni di terzi	-				
Altri costi	-				
Valore aggiunto dello studio	=				
Costi per risorse umane (dipendenti, collaboratori o professionisti esterni)	-				
Margine operativo lordo	=				
Ammortamenti	-				
Reddito operativo	=				
Gestione finanziaria	+/-				
Risultato della gestione ordinaria	=				
Gestione straordinaria	+/-				
Risultato prima delle imposte	=				
Irpef (in proporzione al reddito imponibile del/dei professionista/i) e Irap	-				
Contributi previdenziali	-				
Risultato netto d'esercizio	=				

Il prospetto riportato evidenzia la determinazione del valore aggiunto partendo dagli incassi in quanto la contabilità (ai fini fiscali) segue il criterio della cassa anziché quello della competenza. Come è facilmente intuibile la determinazione valore aggiunto così come del risultato netto d'esercizio non è facilmente determinabile in quanto con il criterio della cassa potrebbe non esserci alcuna correlazione tra gli incassi ed i costi e tra l'aliquota fiscale utilizzata e quella effettiva. Meglio sarebbe quindi che anche negli studi profes-

sionali si tenesse una contabilità per competenza che meglio esprime, periodo dopo periodo, il reale andamento. La dimensione dello studio dovrebbe essere ininfluenza, tenuto altresì conto che, se si tratta di professionisti contabili, la dimestichezza con la materia permette di tenere le due contabilità.

La redazione del bilancio sociale per lo studio professionale, considerando che, come è già stato detto, avrà un utilizzo prevalentemente interno, permetterà di essere estremamente sinceri con se stessi. Proviamo a ri-

percorrere le diverse fasi:

- per definire l'identità dello studio è necessario che il titolare o gli associati si pongano alcune domande su ciò che lo studio è e come è percepito dall'esterno. Su ciò che lo studio è e come si vorrebbe che fosse. Una riflessione di questo tipo non è fine a se stessa o fatta per rispondere ad un questionario (che peraltro non esiste) ma ha lo scopo di fissare qual è la missione dello studio. Cercare di identificare quali sono i valori che caratterizzano lo studio. Si tratta di identificare gli elementi che differenziano uno studio da un altro. Purtroppo spesso tutto ricade nell'aggettivo "commercialista" e che con questo si produce un'immagine appiattita della professione. Gli studi di maggiore successo sono quelli che hanno trovato delle caratterizzazioni che hanno permesso loro di essere considerati "eccellenti" rispetto ad altri pur validi.

I principi ed i valori vengono riconosciuti dai collaboratori, dai clienti, dai colleghi o dai concorrenti. A volte proprio i titolari non li sanno riconoscere e quindi non li valorizzano, non costruiscono su di essi. Quante volte il titolare dello studio o gli associati si sono fermati un giorno per riflettere sugli

obiettivi e sulle strategie da adottare? E, posto che ciò sia successo, come è stato comunicato all'interno ed all'esterno, se del caso? Non ci si stupisca, questi argomenti valgono per le aziende, come per lo studio, come, a voler ben guardare, per la più piccola unità sociale che è la famiglia;

- nella distribuzione del valore aggiunto quanto si potrebbe dire o scrivere. Non si tratta puramente di danaro, retribuzioni o profitti, ma si tratta di identificare, ad esempio, quanto tempo è stato dedicato allo studio, alla formazione, alla professione, in termini di partecipazione alla vita associativa, quanto tempo è stato dedicato alla formazione dei propri collaboratori. Certamente un'informazione, anche se da tenere solo per sé, senza divulgarla, è quella relativa al tempo dedicato da ogni collaboratore allo studio, alla partecipazione alla vita politica locale, alla vita sociale. In altre parole quanto tempo è stato dedicato ad attività che non generano immediatamente fatturato. Qual è stato il contributo dato alla comunità economica di riferimento?;
- la relazione sociale non è nient'altro che il confronto tra ciò che all'inizio dell'anno lo studio pensava di realizzare e ciò che è stato realizzato. La storia di più anni

permette di valutare il proprio progresso o regresso. E' il documento dal quale devono trasparire le attese dei collaboratori e la loro soddisfazione.

Dalla relazione sociale possono emergere le attività svolte a favore della Pubblica Amministrazione derivanti dai vari adempimenti di controllo del corretto operare delle aziende; le attività svolte a favore di clienti che hanno contribuito a migliorare situazioni che diversamente avrebbero potuto portare a situazioni negative. Molte informazioni avranno una valenza sia gestionale che informativa di carattere sociale.

Utopie, qualcuno potrebbe pensare. La dura vita del professionista e la scarsità di tempo non permette di pensare troppo e, forse, meglio così perché potrebbero venire strani pensieri. Nulla di più sbagliato. La sfida quotidiana è nella motivazione di se stessi e dei propri collaboratori, il confronto con altri che, forse, hanno risultati migliori ed in linea con quelli che anche noi vorremmo. Il bilancio sociale è uno strumento il cui utilizzo ci costringe a riflettere spesso sul nostro compito e sulla capacità, attraverso la nostra attività, di migliorare quel piccolissimo pezzo di mondo che sta attorno a noi.

NOTE

2 D.lgs. 28 giugno 2005, n. 139, recante "Costituzione dell'Ordine dei dottori commercialisti e

degli esperti contabili, a norma dell'art. 2 della legge 24 febbraio 2005, n. 34", pubblicato sulla

G.U. del 19 luglio 2005, n.166, s.o. n. 126.

GABRIELE D'ANNUNZIO, (1863-1938), *IL PIACERE*

- > Bisogna fare la propria vita, come si fa un'opera d'arte.
Bisogna che la vita d'un uomo d'intelletto sia opera di lui.
La superiorità vera è tutta qui. <