

Studi e Ricerche di Economia Aziendale

Collana fondata da LUCIANO MARCHI

Diretta da STEFANO MARASCA

Giulio Greco

Going concern

Il concetto di continuità aziendale
alla luce della pandemia



G. Giappichelli Editore – Torino

Premessa

Nel 1975, lo studioso di bilancio Robert Sterling scriveva che il dibattito tra i contabili su un problema o una questione che li riguarda non arriva solitamente ad una soluzione. Piuttosto, continua sino a che un nuovo problema percepito come più urgente si affaccia, facendo pian piano dimenticare il vecchio. Sembrerebbe essere questo il caso del concetto di continuità aziendale e del suo legame con quello di azienda.

Il presente volume si propone di studiare il concetto di continuità aziendale utilizzato per la redazione del bilancio di esercizio. Si analizza dapprima l'evoluzione dello stesso nella dottrina e nei principi contabili, nel corso del secolo passato e fino agli anni della pandemia. Successivamente, il volume analizza e discute i provvedimenti di legislatori, di autorità regolatrici e di *standard setter* in tema di continuità aziendale nel 2020, anno cruciale della pandemia. L'impatto drammatico della pandemia sull'economia ha posto infatti problemi generalizzati di continuità aziendale, che hanno richiesto interventi in materia contabile diffusi in quasi tutti i Paesi del mondo.

La trattazione mostra come la pandemia abbia posto in luce i limiti di un concetto di continuità aziendale, disancorato dal concetto di azienda ed eccessivamente schiacciato sull'equilibrio finanziario di breve termine, che si è affermata nel corso degli anni nei principi contabili e negli approcci dei revisori. Buona parte delle linee guida di autorità regolatrici e di *standard setter* indicava infatti l'esigenza di una valutazione più ampia, approfondita e prospettica dell'equilibrio economico e finanziario dell'azienda oggetto di valutazione, in contrasto con l'atteggiamento degli anni precedenti sullo stesso tema.

Lo scenario post-pandemico, con la crisi delle materie prime e il ritorno della guerra in Europa, è caratterizzato da incertezza e volatilità strutturalmente più alte che negli anni precedenti, e offre l'occasione di ripensare il tema della continuità nei bilanci. Basti pensare al fenomeno delle *zombie firms*, aziende sopravvissute alla pandemia con scarse possibilità di prosperare nel nuovo scenario.

Nella parte finale del volume viene presentata una ricerca empirica sulla revisione in ambito pandemico, dove si mette in luce come la crisi non abbia innescato una maggiore elaborazione concettuale della continuità da parte dei re-

visori. Il tema della continuità appare istituzionalizzato e allineato a quello del superamento della pandemia e della tenuta del sistema economico-sociale. Il lavoro si conclude auspicando un ritorno dell'attenzione dei ricercatori allo studio teorico in ambito economico-aziendale, in particolare dei fondamenti concettuali del bilancio, con lo scopo di fornire un contributo pratico alla risoluzione dei problemi legati alla valutazione della continuità aziendale nella nuova normalità post-pandemica.

L'Autore desidera ringraziare il Prof. Luciano Marchi e il Prof. Marco Allegrini per gli insegnamenti e per il costante e prezioso sostegno nella ricerca sul tema oggetto di questo volume.

L'Autore inoltre desidera ringraziare tutti i colleghi con cui si è confrontato, nel tempo, sul tema della continuità aziendale. In particolare, l'Autore ringrazia il Prof. Giuseppe D'Onza, il Prof. Salvatore Madonna, il Prof. Andrea Lionzo, il Prof. Alberto Quagli, il Prof. Nicola Castellano e la Dott.ssa Velia Gabriella Cenciarelli.

Infine, l'Autore desidera ringraziare l'*editor* della collana Prof. Stefano Marasca e due revisori anonimi.

GIULIO GRECO

Pisa, 6 ottobre 2022

Capitolo 1

Il bilancio di esercizio nel sistema d'azienda

SOMMARIO: 1.1. Il sistema d'azienda e la comunicazione economico-finanziaria. – 1.2. I soggetti della comunicazione economico-finanziaria. – 1.3. Il ruolo del bilancio di esercizio.

1.1. Il sistema d'azienda e la comunicazione economico-finanziaria

Il tema del bilancio di esercizio, e della sua funzione di comunicazione, interessa l'economia aziendale sin dai primordi della disciplina. La dottrina si è occupata, in sede di definizione del concetto stesso di azienda del problema dei rapporti tra l'unità produttiva e l'ambiente esterno, e del continuo interscambio di informazioni tra questi due sistemi.

L'azienda è un sistema aperto in costante interazione con l'ambiente circostante: verso l'unità operativa aziendale convergono contributi, risorse ed informazioni di vario genere provenienti da una varietà di soggetti esterni, interessati ad una ricompensa sotto forma di prodotti e servizi, remunerazioni, risorse ed informazioni. Già Zappa rileva che “(...) soltanto la costituzione a sistema, nel continuo divenire delle operazioni di gestione e nelle loro combinazioni, perduranti spesso oltre il corso di uno o di diversi esercizi, può attribuire significazione valida ai valori che nel loro insieme molteplice, ma armonico, esprimono la più gran parte dei fenomeni caratteristici d'azienda”¹.

Il carattere sistematico è intrinseco alla vita delle aziende, a tal proposito Giannessi osserva: “le operazioni da cui l'azienda è composta non sono slegate, non hanno cioè vita autonoma, ma sono avvinte da una serie di nessi e connessi, di rapporti di causa ed effetto, di concausa ed effetto molteplice in cui non è

¹ Tratto da ZAPPA G. (1957). *L'economia delle aziende di consumo*, Giuffrè, Milano, p. 295.

sempre possibile effettuare una consapevole discriminazione”². Bertini considera l’azienda come un sistema sociale, evidenziando che il carattere sistematico dell’azienda dipende dalla natura stessa delle operazioni di gestione che risultano tra loro intrinsecamente legate da un rapporto del tipo causa ed effetto. Dunque, “nel loro insieme tutte le manifestazioni del mondo aziendale costituiscono un corpo unico di fenomeni retti da leggi identiche ed orientati verso fini comuni. Si delinea pertanto una struttura di ordine superiore alla quale è possibile dare il nome di *sistema*. Tale struttura è *dinamica*, nel senso cioè che si rinnova continuamente per effetto del mutare dei vincoli interni e delle condizioni ambientali”³.

Amaduzzi considera il rapporto con l’ambiente esterno come intrinseco alla natura dell’azienda come “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”. Queste forze “debbono essere determinate e coordinate nella loro struttura, nel modo economico più conveniente, in conformità e di pari passo alle operazioni che l’azienda deve compiere per il raggiungimento dei suoi fini (...). Inoltre, debbono essere determinate, in relazione alle condizioni ambientali, le correlazioni simultanee e successive di operazioni (...)”⁴.

Nell’ambito del sistema d’azienda sono individuabili quattro sistemi generali:

- il sistema della produzione;
- il sistema del management;
- il sistema delle relazioni azienda/ambiente;
- il sistema delle informazioni o sistema informativo⁵.

²Tratto da GIANNESI E. (1969). “Considerazioni critiche intorno al concetto di azienda”, *Scritti in onore di Giordano dell’Amore, Saggi di discipline aziendali e sociali*, Vol. 1, Giuffrè, Milano, p. 520.

³Tratto da BERTINI U. (1990). *Il sistema d’azienda. Schema di analisi*, Giappichelli, Torino, p. 29.

⁴Tratto da AMADUZZI A. (1963). *L’azienda nel suo sistema e nell’ordine delle sue rilevazioni*, II ed., Utet, Torino, p. 20 ss. Masini evidenzia che “lo svolgimento dell’azienda di produzione condizione ed è condizionato dall’ambiente. (...) Sono fenomeni economici di ambiente dell’azienda di produzione la domanda e l’offerta di beni (merci o servizi), del lavoro di ogni grado, del credito e dell’assicurazione (...). Inoltre, ambiente economico per l’impresa si ha nella politica economica, finanziaria e monetaria dei vari corpi politico-amministrativi pubblici. Si hanno poi fenomeni di ambiente non economico con influsso sugli svolgimenti dell’impresa, per le relazioni connesse all’impresa come corpo intermedio economico-sociale, nel quale operano persone con molteplicità di relazioni”. Tratto da MASINI C., *Lavoro e risparmio*, cit., p. 188 ss.

⁵Sul punto si veda BERTINI U. (1990). *Il sistema d’azienda*, cit., p. 35.

Nel processo di comunicazione che si instaura tra l'azienda e l'ambiente con cui interagisce, giocano un ruolo fondamentale i *flussi informativi*, che sono alla base di ogni relazione stabilita con i soggetti esterni. Il sistema informativo⁶ deve far fronte a richieste interne ed esterne, si individuano dunque due classi fondamentali di informazioni: le informazioni strutturate per il sistema delle decisioni e dei controlli interni; le informazioni orientate alla comunicazione con l'esterno⁷.

È possibile raggruppare il sistema delle comunicazioni esterne⁸ in tre categorie principali⁹, distinguendole in base ai contenuti. La prima è costituita dalla *comunicazione commerciale*, legata essenzialmente al sistema di prodotto/servizio offerto dall'azienda e rivolto ai clienti attuali e potenziali. La seconda è costituita dalla *comunicazione economico-finanziaria*, che comprende i flussi di informazione riguardanti sia gli aspetti patrimoniali, finanziari e reddituali, che i profili qualitativi dell'azienda, come la struttura, le strategie e le attività operative, i quali possono trovare riflesso sui risultati futuri. Per comunicazione economico-finanziaria si intende dunque "la diffusione di tutte le informazioni che possono consentire un'adeguata valutazione delle posizioni di equilibrio economico e della direzione ed intensità del moto aziendale"¹⁰. Questo tipo di comunicazione è in prima battuta indirizzato ai portatori di capitale, proprio e di terzi, attuale e potenziale. Essa risulta tuttavia rilevante per tutte le categorie di portatori di interesse. La comunicazione economico-finanziaria può infatti configurarsi "come la trasmissione di informazioni dalla direzione aziendale a tutti indistintamente gli interlocutori sociali – o soltanto ad alcuni di essi – sull'evoluzione dell'assetto reddituale, finanziario e patrimoniale dell'impresa"¹¹.

L'ultima categoria è costituita dalla *comunicazione sociale ed ambientale* riferibile alle relazioni con le categorie di portatori di interessi o di *stakeholder*¹²

⁶ Il sistema informativo può essere definito come "l'insieme degli elementi e delle loro relazioni che determinano i procedimenti di produzione dell'informazioni, partendo dai dati che descrivono, in origine, i fenomeni aziendali e ambientali: procedimenti finalizzati a soddisfare con efficacia ed efficienza, le esigenze conoscitive interne ed esterne d'azienda". Tratto da MARCHI L. (2003). *I sistemi informativi aziendali*, Giappichelli, Torino, p. 7.

⁷ Sulla distinzione di veda MARCHI L. (2003). *I sistemi informativi*, cit., p. 9.

⁸ Di Stefano considera il *sistema* delle comunicazioni esterne come un sottosistema che si enuclea dal sistema informativo d'azienda. Cfr. DI STEFANO G. (1990). *Il sistema delle comunicazioni economico-finanziarie nella realtà aziendale moderna*, Giuffrè, Milano, p. 141 ss.

⁹ ALLEGRI M. (2003). *L'informativa di periodo nella comunicazione economico-finanziaria*, Giuffrè, Milano, p. 4 ss.

¹⁰ ALLEGRI M. (2003). *L'informativa di periodo*, cit., p. 5.

¹¹ CODA V. (1990). *Comunicazione ed immagine nella strategia d'impresa*, Giappichelli, Torino, p. 44.

¹² Il concetto di *stakeholder* nasce nell'ambito degli studi di management di matrice an-

anche diverse dai portatori di capitale. L'importanza di questa categoria è legata all'importante ruolo ricoperto oggi dell'azienda nella società, come promotore fondamentale di benessere economico all'interno di un contesto di sviluppo sostenibile, nel quale assume rilievo anche la salvaguardia dell'ambiente a beneficio delle generazioni future.

1.2. I soggetti della comunicazione economico-finanziaria

I soggetti che partecipano al processo di comunicazione economico-finanziaria possono essere classificati in cinque gruppi: il soggetto emittente; i revisori; i produttori di informazione derivata e gli organismi di regolamentazione; i destinatari¹³.

Il *soggetto emittente* è l'azienda che diffonde informazioni su se stessa. L'azienda è dunque il principale attore dell'intero processo. Prima ancora di raggiungere i destinatari, essa si relaziona in primo luogo ad un insieme di soggetti che svolgono attività di regolamentazione, di certificazione e di rielaborazione dell'informazione diffusa. Questo insieme di relazioni scaturisce dalla rilevanza pubblica che alcuni flussi informativi provenienti dall'emittente assumono.

I *revisori*, membri del collegio sindacale e revisori esterni, svolgono un ruolo di garanzia dell'attendibilità e dell'accuratezza dell'informazione diffusa all'esterno. In particolare, il revisore rappresenta "il garante della qualità dell'informazione contabile"¹⁴. Le attestazioni rilasciate dai soggetti incaricati della

glosassone. Gli studi originanti sono quelli di Freeman degli Anni Ottanta. Mentre nella dottrina italiana, lo studio dei soggetti interessati alla vita delle aziende viene svolto in relazione al concetto di azienda ed a quello collegato di *soggetto economico*, in ambito anglosassone questi temi vengono affrontati in relazione a problematiche di direzione e gestione. Cfr. FREEMAN R. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*, Marshfield, Pitman; DONALDSON T., PRESTON L. (1995). "The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications", *Academy of Management Review*, vol. 20, n. 1, pp. 65-91; FRIEDMAN A.L., MILES S. (2002). "Developing Stakeholder Theory", *Journal of Management Studies*, vol. 39, n. 1, pp. 1-21. La letteratura manageriale citata ripropone temi presenti già tempo prima nella tradizione aziendalistica italiana. Sul punto si veda AMADUZZI A. (1974). "Il modello del sistema dell'impresa elaborato secondo i principi dei sistemi di J.W. Forrester", in FORRESTER J.W., *Principi dei sistemi*, Etas, Kompass, Milano; MASINI C. (1960). *L'organizzazione del lavoro nell'impresa*, Giuffrè, Milano.

¹³ ALLEGRI (2003). *L'informativa di periodo*, cit., p. 11.

¹⁴ QUAGLI A. (1999). *I principi contabili di derivazione professionale nella revisione del bilancio di esercizio*, Clueb, Bologna, p. 16. Sul punto si veda anche MARCHI L. (2000). *Principi di revisione aziendale*, Clueb, Bologna.

revisione, la relazione del collegio sindacale ed il giudizio finale di revisione, costituiscono parte integrante dell'informativa annuale di bilancio. Il giudizio in esse contenuto, specie se positivo, conferisce maggiore attendibilità all'informazione diffusa.

Gli *organismi di regolamentazione* nazionali ed internazionali determinano contenuti, tempi e modalità di diffusione obbligatori dell'informazione esterna. Particolare importanza assumono gli organi deputati alla statuizione dei principi contabili ed in particolare lo *standard setter* internazionale IASB, anche alla luce della tendenza globale all'armonizzazione contabile ed al progetto di convergenza dei principi IAS/IFRS con i principi contabili statunitensi US GAAP¹⁵. Per quanto riguarda le società quotate con titoli o strumenti finanziari sui mercati dei capitali, le autorità di controllo e regolamentazione dei mercati assumono un ruolo fondamentale nel determinare tempi e contenuti dell'informazione diffusa.

Le figure dedicate alla produzione di *informativa derivata* assumono particolare rilievo in qualità di intermediari tra l'emittente ed il destinatario finale. Questo tipo di figure è normalmente costituito da analisti finanziari, occupati in società di intermediazione finanziaria, istituti di credito o società di *rating*, o da giornalisti che rielaborano l'informazione diffusa dagli emittenti o diffondono studi utilizzando diversi canali. Il giudizio professionale emesso da queste figure ha il compito di agevolare le decisioni dei destinatari finali.

Il ruolo degli intermediari si presenta delicato, in particolare quello delle società di *rating*, per la loro capacità di orientare i giudizi di convenienza del pubblico degli investitori e la propensione al credito degli operatori finanziari, in sostanza per la loro influenza su dinamiche e prezzi del mercato dei valori mobiliari. Gli intermediari finanziari assumono un ruolo ancor più rilevante specie in contesti dove il risparmio è quasi interamente gestito da banche e società finanziarie, e poco diffuso è l'accesso diretto dei risparmiatori ai mercati dei capitali.

I *destinatari* sono i principali beneficiari della comunicazione economico-finanziaria. I destinatari utilizzano l'informazione diffusa per prendere decisioni

¹⁵ Sul tema dell'armonizzazione esiste una vasta letteratura. Tra i numerosi contributi, ricordiamo: CAMPEDELLI B. (1994). *Ragioneria internazionale. Principi contabili e di bilancio delle imprese e dei gruppi*, Giappichelli, Torino, cap. 1; DI PIETRA R. (2000). *Ragioneria internazionale e armonia contabile*, Cedam, Padova; ADAMO S. (2001). *Problemi di armonizzazione dell'informazione contabile. Processi. Attori. Strumenti. Un modello interpretativo*, Giuffrè, Milano; CAPODAGLIO G., BALDARELLI M.G. (a cura di) (2002). *L'armonizzazione dei principi contabili in Europa. Allargamento dell'U.E. e confronto internazionale*, Rirea, Roma; Con riferimento alla letteratura anglosassone, si può fare riferimento a NOBES C.W. (a cura di) (2004). *Developments in the international harmonization of accounting*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham. Per quanto riguarda gli *standard setter*: FASB (*Financial Accounting Standard Board*), *The IASC-U.S. comparison project a report on the similarities and differences between IASC standards and U.S. GAAP*, Norwalk, FASB Foundation, 1999.

riguardanti l'apporto, dietro ricompensa, di risorse e contributi al soggetto emittente. Le molteplici categorie di destinatari corrispondono, sostanzialmente, ai vari portatori di interesse o *stakeholder* dell'azienda. Ne tracciamo, seppur succintamente, una tassonomia.

È possibile distinguere i destinatari della comunicazione economico-finanziaria in base al tipo di relazione economica che lega il soggetto all'impresa e classificarli sulla base del rischio sopportato per il contributo dato alla vita dell'azienda. In quest'ottica, il destinatario principale ed il maggiore fruitore dell'informazione economico-finanziaria è rappresentato dai portatori del capitale di rischio¹⁶. All'interno di questa categoria è possibile distinguere le esigenze dei detentori del capitale di comando da quelle degli azionisti di minoranza. I primi, disponendo di accesso illimitato al sistema informativo aziendale non affrontano problemi di asimmetria informativa e pertanto non incidono sulla domanda di informazioni, che proviene essenzialmente da soggetti esterni. Gli azionisti di minoranza, privi di accesso al sistema informativo aziendale, sono interessati ad ogni informazione utile a prendere decisioni di convenienza economica sull'investimento effettuato in titoli azionari. Soprattutto nelle *public companies* quotate con ampio flottante, essi rappresentano una parte consistente ed estremamente importante della domanda informativa.

Nel linguaggio e nella concettualità dell'*International Accounting Standard Board* (IASB), l'informazione economico-finanziaria ha due compiti: (1) consentire di valutare la capacità dell'impresa di generare flussi di cassa o *cash equivalents*, i tempi di manifestazione dei flussi ed il livello di incertezza connesso; (2) rendicontare l'operato del *management* per quanto riguarda il raggiungimento degli obiettivi, l'uso efficiente delle risorse e la salvaguardia del patrimonio aziendale (*stewardship function*).

L'informazione richiesta deve dunque facilitare la valutazione della redditività e del profilo di rischio dell'investimento, in un'ottica prospettica. La comunicazione economico-finanziaria, nella prospettiva dello IASB, va costruita sulla base delle esigenze degli investitori attuali e potenziali. La posizione dei *potenziali investitori* può essere di fatto assimilata, dal punto di vista informativo, a quella degli azionisti, anch'essi sono interessati ad un giudizio di convenienza su un investimento possibile. Secondo lo IASB, l'investitore è il "modello" di destinatario sul quale plasmare la comunicazione economico-finanziaria. Vengono identificate varie categorie di utenti, classificati in base alla relazione eco-

¹⁶ Per una descrizione delle categorie di utilizzatori della comunicazione esterna, ed in particolare dell'informazione di bilancio, si veda MATA CENA A. (1984). *Impresa e ambiente*, Clueb, Bologna; DI STEFANO G., *Il sistema delle comunicazioni*, cit., p. 13 ss.; Catturi G. (1989). *Teorie contabili e scenari economico aziendali*, Cedam, Padova; SALVIONI D. (1992). *Il bilancio di esercizio nella comunicazione integrata d'impresa*, Giappichelli, Torino.

nomica che lega il soggetto all'impresa: i conferenti capitale di rischio attuali e potenziali (*investors*), i conferenti capitale di credito (*lenders*), i fornitori (*suppliers*), i clienti (*customers*), i dipendenti (*employees*) la pubblica amministrazione (*government and their agencies*), la collettività (*the public*). Viene inoltre evidenziato che, dal momento che gli investitori assumono il rischio d'impresa, l'informazione di bilancio che soddisfa le loro esigenze, è certamente in grado di soddisfare la maggior parte delle esigenze delle altre categorie di utenti¹⁷.

La comunicazione economico-finanziaria ha inoltre, secondo lo IASB, una funzione di *stewardship* nei confronti degli investitori. Questa funzione riguarda la responsabilità del management sulla proprietà e sulla gestione, cui si accompagna il dovere di rendicontare l'attività svolta a questo scopo¹⁸.

La categoria dei *produttori di informazione* derivata, come la stampa specializzata, le società di intermediazione finanziaria e le agenzie di *rating*, è assimilabile a quella degli investitori con riferimento al livello della domanda informativa. Si tratta nel complesso di intermediari (*information intermediaries*) che rielaborano l'informazione societaria, indirizzandola ai destinatari finali.

Un'altra categoria di destinatari estremamente rilevante, è data dai portatori di capitale a titolo di credito, interessati ad informazioni sugli andamenti di medio-lungo termine ed alla solvibilità dell'azienda. In questa categoria rientrano istituti di credito, obbligazionisti e lavoratori dipendenti per la quota relativa al

¹⁷ Cfr. IASB (1989). *Framework for the preparation and presentation of financial statements*, par. 10. Su questo tipo di approccio osserva Marasca: "si tratta di un approccio fortemente 'pragmatico' che circoscrive il requisito fondamentale dell'utilità decisionale nell'angolo visuale dell'investitore; suppone cioè, che le informazioni utili ad una certa categoria di destinatari, gli investitori, siano altrettanto utili agli altri *stakeholder*. In altre parole, configura la *decision usefulness* come utilità prospettico-finanziaria. A noi pare che il concetto di utilità debba essere inteso in un'accezione più neutra e più generale. L'informazione di bilancio deve essere sì utile, ma tale utilità non può essere giudicata alla luce dell'esigenza di alcune categorie di destinatari, per quanto rilevanti. Il bilancio deve fornire una base comune di conoscenza. L'utilità non è solo 'decisionale', ma ancora prima 'conoscitiva' per il decisore così come per ogni altro soggetto interessato". Tratto da MARASCA S. (1999). *Le valutazioni nel bilancio di esercizio*, Giappichelli, Torino, p. 140.

¹⁸ In ambito anglosassone assume rilievo negli studi di management il dibattito sulla funzione del manager ed il rapporto con la proprietà. Per la *stewardship theory* si veda DAVIS J.H., SCHOORMAN E.D., DONALDSON L. (1997). "Toward a stewardship theory of management", *Academy of Management Review*, 22, pp. 20-47. Per la *agency theory* si veda EISENHARDT M.K. (1989). "Agency theory: An assessment and review", *Academy of Management Review*, 14(1), p. 57. Per lo IASB, "financial statements also show the results of the stewardship of management, or the accountability of management for the resources entrusted to it. Those users who wish to assess the stewardship or accountability of management do so in order that they may make economic decisions; these decisions may include, for example, whether to hold or sell their investment in the entity or whether to reappoint or replace the management". Tratto da IASB (*International Accounting Standard Board*), *Framework for the preparation and presentation of financial statements*, 1989, par. 14.

trattamento di fine rapporto. La domanda informativa di questa categoria non è dissimile da quella degli investitori. Considerando l'interesse per gli andamenti di medio-lungo termine, l'informazione richiesta da questo tipo di soggetti si allarga spesso, dai prospetti contabili e le relative note esplicative, alle informazioni prospettiche e sui rischi.

Tra gli utenti interessati alla conoscenza di informazioni aziendali, vi sono anche i creditori per forniture commerciali o fornitori¹⁹. Questi soggetti sono interessati a conoscere la capacità dell'azienda di far fronte regolarmente e complessivamente ai propri impegni commerciali. Il fabbisogno informativo di questa categoria cresce con lo sviluppo e l'aumento della complessità del legame con l'azienda emittente.

Per quanto concerne la categoria dei *lavoratori*, è opportuno distinguere il management dai lavoratori dipendenti. La dirigenza gioca un ruolo chiave sia nella domanda che nell'offerta di informazioni per l'esterno. Come fruitore la dirigenza è interessata all'informazione sulle *performance* aziendali, in quanto sempre più spesso una parte della remunerazione è legata ai risultati conseguiti, sia essa attribuita sotto forma di *stock options*, sia sotto forma di *bonus* collegati a strumenti di misurazione del reddito residuale o del valore economico aggiunto. L'utilizzo di questi strumenti è legato all'intenzione di allineare l'interesse del management a quello della proprietà. In quanto produttore dell'informativa per l'esterno, di fatto il management ne determina l'offerta.

Il lavoro subordinato manifesta esigenze diverse da quelle del management, essendo interessato principalmente alla stabilità del rapporto di lavoro ed alle eventuali prospettive di carriera. La richiesta informativa da parte di questa categoria si allarga ad informazioni sulle problematiche di sicurezza ed etica del lavoro, sui valori e la cultura aziendale, sulle strategie e gli obiettivi futuri, sulle *performance* alle quali sono vincolati eventuali premi e *bonus*. Ad incentivare l'offerta informativa indirizzata ai lavoratori c'è l'esigenza, particolarmente sentita nelle grandi organizzazioni, di valorizzare le risorse umane e coinvolgerle maggiormente nella vita aziendale, allargando la relazione contributo-ricompensa economica ad una maggiore partecipazione. Ulteriori spinte evolutive nel rapporto tra impresa e lavoratore sono date dalla partecipazione dei lavoratori al capitale di rischio o di credito, attraverso vari strumenti finanziari.

Un'altra categoria, che manifesta crescente interesse verso la comunicazione esterna, è data dai *clienti*. In tempi recenti, con l'aumento dell'incidenza delle attività aziendali nella vita della società contemporanea, si è accresciuta l'attenzione verso la tutela dell'ambiente naturale e verso il rispetto di principi etici di solidarietà e responsabilità sociale verso le comunità, che gravano attorno alle

¹⁹ Cfr. AVI M.S. (1990). *Il bilancio come strumento di informazione verso l'esterno*, Cedam, Padova, p. 261; DI STEFANO G., *Il sistema delle comunicazioni*, cit., p. 27.

aziende e che acquistano i beni/servizi che esse cedono sul mercato. L'attenzione verso la funzione sociale dell'azienda ha prodotto un aumento della domanda di informazioni sulle *performance* non economico-finanziarie, legate alla salvaguardia ambientale ed al contributo complessivo offerto al benessere della società. Questo tipo di domanda si è sviluppato di pari passo con l'evoluzione dell'atteggiamento dei consumatori, presso i quali è aumentata la richiesta di informazioni su aspetti legati alla produzione di beni/servizi (qualità e modalità di produzione) e sull'attitudine dell'azienda ad onorare i propri impegni contrattuali (prestazioni di garanzia, rispondenza ad eventuali danni, disponibilità di pezzi di ricambio). Emergono dunque concetti di responsabilità sociale ed ambientale e di sviluppo sostenibile – su cui si tornerà nel prosieguo della trattazione –, che possono essere riferiti non solo ai consumatori intesi come clienti, ma anche come cittadini di comunità locali che vivono e lavorano nelle aziende ed attorno ad esse.

L'attenzione all'impresa come soggetto sociale si concretizza nell'intensificazione dei rapporti con gli enti e le comunità locali, divenuti anch'essi destinatari della comunicazione economico-finanziaria²⁰. Numerosi fattori illustrano l'interesse degli enti e delle comunità locali verso le imprese: il rilievo assunto dalle aziende nella creazione di ricchezza e benessere, l'impatto delle attività di produzione sull'ambiente, le ricadute sul tessuto sociale²¹.

1.3. Il ruolo del bilancio di esercizio

Poli (1971) individua tre fasi fondamentali nell'evoluzione delle funzioni assegnate al bilancio di esercizio. La prima è la fase in cui il bilancio assume la funzione di rendiconto destinato alla proprietà con un carattere essenzialmente privato ed "interno". Nella seconda fase, prevale la tutela di singole categorie di

²⁰ Scrive Zavani: "L'azienda è in continua e rapida crescita economica e dimensionale, lo sviluppo scientifico e tecnologico sempre più rapido ed incalzante, il nuovo clima dei rapporti sindacali, il superamento degli schemi tradizionali dell'economia di mercato, la profonda trasformazione delle abitudini e delle conoscenze dei consumatori dettate da sistemi di comunicazione innovativi e diffusi, enfatizza ancor di più il ruolo sociale dell'impresa". Tratto da ZAVANI M., *Il valore della comunicazione aziendale*, cit., p. 44. Per un'analisi approfondita delle esigenze informativa dei vari *stakeholder* si veda anche DI STEFANO G., *Il sistema delle comunicazioni*, cit., p. 13 ss.

²¹ Guardando alle aspettative dei portatori di interesse, è possibile individuare con Molteni, quattro categorie fondamentali le attese che fanno sorgere fabbisogni informativi: l'attesa di creazione di valore per gli azionisti; l'attesa di tutela dell'ambiente; l'attesa di valorizzazione/coinvolgimento dei lavoratori; l'attesa di "contribuzione al miglioramento della società". Cfr. MOLTENI M. (2000). *Bilancio e strategia*, Egea, Milano, pp. 7-8.

interessi verso l'impresa e, di conseguenza, l'idea della differenziazione dei bilanci sulla base dei differenti utilizzi da parte dei destinatari. Nella terza ed ultima fase, il bilancio diventa uno "strumento per raggiungere finalità di interesse pubblico", e l'informazione in esso contenuta viene messa a disposizione della collettività²².

Il bilancio è divenuto uno strumento fondamentale di informazione per le diverse categorie di portatori di interesse, con un "carattere pubblico"²³. L'esigenza di *accountability* impone che le informazioni vengano comunicate anche se i portatori di interesse decidono di non utilizzarle o se essi non rivestono alcun ruolo costruttivo nella vita dell'emittente²⁴. Questo tipo di prospettiva di studio del bilancio ha interessato sempre di più la letteratura al crescere dell'importanza assunta dall'informazione societaria verso l'esterno e dalle finalità di interesse pubblico che essa persegue, anche nell'ottica della sostenibilità sociale e ambientale²⁵.

Nel corso del tempo il bilancio di esercizio si è evoluto sino a diventare un "pacchetto informativo", che "rappresenta non solo la sintesi del sistema contabile, ma anche altri dati, ottenuti con logiche di calcolo diverse e certe volte al-

²² Cfr. POLI R. (1971). *Il bilancio di esercizio*, Giuffrè, Milano, p. 59.

²³ Con riferimento alla pluralità dei destinatari ed al carattere "pubblico" del bilancio, Amodeo rileva come il bilancio possa essere considerato come "il principale strumento di informazione che si rivolga all'esterno dell'impresa come messaggio rivolto a diffondere le notizie dell'andamento della gestione di quella". AMODEO D. (1983). *Ragioneria generale delle imprese*, Giannini, Napoli, p. 609. Passaponti rileva come il rilievo pubblico assunta dalle aziende comporti l'esigenza di "dare pubbliche informazioni di se stessa a beneficio di tutti quei soggetti esterni che ne abbiano legittima aspettativa per poter orientare su basi di conoscenza di una certa affidabilità il proprio comportamento nei suoi confronti in ordine a rapporti di affari e ad ogni altro tipo di informazione. [...] Strumento idoneo a tali compiti informativi, forse l'unico, sicuramente il più completo ed appropriato si mostra essere, nonostante i suoi limiti intrinseci, il bilancio". Tratto da PASSAPONTI B. (1990). *Il bilancio dell'azienda elettrica*, Giuffrè, Milano, pp. 66-67. Cfr. anche MATA CENA A. (1979). *op. cit.*, p. 92; RANALLI F. (1984). *op. cit.*, 51; AVI M.S. (1990). *op. cit.*, p. 10.

²⁴ DEEGAN C. (2000). *Financial Accounting Theory*, McGraw-Hill Book Company, Sydney.

²⁵ La dottrina ha indagato la funzione del bilancio come strumento informativo per l'esterno in numerosi studi, tra cui: AMADUZZI A. (1949). *Conflitto ed equilibrio di interessi nel bilancio di esercizio*, Cacucci, Bari; AMODEO D. (1969). "Il bilancio delle società per azioni come strumento di informazione", *Scritti in onore di Giordano Dell'Amore*, Giuffrè, Milano; POLI R. (1971). *Il bilancio di esercizio*, Giuffrè, Milano; MATA CENA A. (1979). *Introduzione allo studio del bilancio di esercizio*, Clueb, Bologna; CATTURI G. (1984). *La redazione del bilancio di esercizio*, Cedam, Padova; RANALLI F. (1984). *Sulla capacità informativa del bilancio di esercizio*, Cedam, Padova; AVI M.S. (1990). *Il bilancio come strumento di informazione verso l'esterno*, Cedam, Padova; TERZANI S. (1995). *Introduzione al bilancio di esercizio*, Cedam, Padova; CAPALDO P. (1998). *Reddito, capitale e bilancio d'esercizio*, Giuffrè, Milano; MARASCA S. (1999). *Le valutazioni nel bilancio di esercizio*, Giappichelli, Torino.

ternative, riguardanti un numero ancora più ampio di aspetti, di profili conoscitivi della gestione aziendale, al fine di favorire un apprezzamento più completo e più esteso della gestione stessa da parte del lettore”²⁶. Nella normativa italiana, ad esempio, similmente ad altri Paesi, l’informativa societaria diffusa con cadenza annuale è attualmente composta dal bilancio di esercizio o consolidato, costituito dai prospetti contabili con le relative note, e da un’ampia serie di allegati, disciplinati dalla legge e non, come la relazione sulla gestione, la relazione del collegio sindacale, la relazione della società di revisione, la relazione sulla *governance*. Come ulteriore allegato sono inclusi (obbligatoriamente o facoltativamente) rapporti di sostenibilità sociale ed ambientale.

²⁶ Tratto da QUAGLI A. (2006). *Bilancio di esercizio e principi contabili*, Giappichelli, Torino, p. 4.

Capitolo 2

La continuità aziendale nella dottrina e nei principi contabili

SOMMARIO: 2.1. La continuità aziendale nella dottrina economico-aziendale italiana. – 2.2. Il *going concern* nel contesto anglosassone tra dottrina e *standard setting*. – 2.2.1. Il *going concern* nella dottrina anglosassone – 2.2.2. Il *going concern* nello *standard setting* statunitense – 2.3. Il *going concern* dei principi contabili internazionali IAS/IFRS. – 2.4. La posizione dei principi contabili italiani dell’Organismo Italiano di Contabilità. – 2.5. La letteratura internazionale sul *going concern*.

2.1. La continuità aziendale nella dottrina economico-aziendale italiana

Nella dottrina economico-aziendale italiana, il tema della continuità aziendale è concettualmente incardinato nello stesso concetto di azienda, come “istituto economico destinato a perdurare”, che svolge, in continua evoluzione, un’attività di produzione¹. Amodéo chiarisce ancora che la continuità è immanente alla definizione di azienda. La durabilità e la continuità di funzionamento sono condizioni di esistenza stessa dell’azienda². La continuità di un istituto crea valore “non solo per i suoi attuali membri, ma anche per i membri potenzialmente futuri e per la collettività in generale”³.

¹ Cfr. ZAPPA G. (1956). *Le produzioni nell’economia delle imprese*, tomo I, Giuffrè, Milano, p. 37.

² AMODEO, D. (1950). *Ragioneria generale delle imprese*, II edizione, Giannini, Napoli. Cfr. anche POTITO L. (a cura di) (2017). *Economia aziendale*, Giappichelli, Torino; MAFFEI M. (2018). *Il principio della continuità aziendale e il controllo della sua corretta applicazione*, Vol. 26, Giappichelli, Torino.

³ AIROLDI G., BRUNETTI G., CODA V. (2005). *Corso di economia aziendale*, Il Mulino, Bologna, p. 163.

Al bilancio di esercizio, la dottrina ha assegnato la funzione di evidenziare il reddito, inteso come variazione della ricchezza conferita dalla proprietà, prodotta dallo svolgimento della gestione aziendale⁴. Scrive Ceccherelli: “il significato originario della parola bilancio deve senza dubbio ricercarsi nel procedimento di saldo dei conti, connesso con quello di chiusura dei conti stessi”⁵. Onida definisce il bilancio come un “sistema di valori”, mentre per Giannessi il bilancio di esercizio è “uno strumento di conversione della dinamica aziendale in cifre e di riconversione delle cifre in andamenti economici”⁶. La riconversione delle cifre in andamenti economici passa attraverso la determinazione quantitativa del reddito ed il suo contestuale apprezzamento qualitativo, come momenti dello studio dell’andamento economico dell’azienda.

Uno dei compiti del bilancio è proprio quello di comunicare ai portatori di interesse le prospettive della continuità aziendale e illustrare l’equilibrio economico a valere nel tempo dell’azienda. Scrive Quagli: “tutti hanno interesse affinché l’azienda continui a vivere nel tempo e possibilmente a prosperare. (...) tutti i soggetti richiedono in primo luogo la valutazione di sintesi della capacità dell’azienda di mantenersi in equilibrio economico, durevole condizione di esistenza delle aziende”⁷.

Nella dottrina economico-aziendale italiana, il concetto di continuità aziendale affonda le sue radici in quello di azienda, trovando un solido elemento fondante. Macchioni *et al.* (2016) riassumono i tre caratteri fondamentali che il

⁴ZAPPA G. (1950). *Il reddito d’impresa*, Giuffrè, Milano, p. 278. Sul concetto di reddito esiste una bibliografia ampia, senza alcuna pretesa di esaustività ricordiamo: AMODEO D. (1938). *Contributo alla teoria delle valutazioni nei bilanci di esercizio*, Italia Imperiale, Napoli; DE MINICO L. (1946). *Lezioni di Ragioneria. I fondamenti economici della rilevazione del reddito*, Pironti, Napoli; CASSANDRO P.E. (1950). *L’incidenza dei fattori produttivi a lungo termine sul risultato di esercizio*, Cacucci, Bari; DE DOMINICIS U. (1950). *Il reddito dell’impresa e il suo sistema contabile*, Ghibaudò, Cuneo; CECCHERELLI A. (1961). *Il linguaggio dei bilanci*, Le Monnier, Firenze; ONIDA P. (1970). *La logica e il sistema delle rilevazioni quantitative d’azienda*, Giuffrè, Milano; AZZINI L. (1976). *Flussi di valore, reddito e conservazione del capitale delle imprese*, Giuffrè, Milano; ARDEMANI E. (1981). “Alcune considerazioni sul reddito di esercizio”. *Rivista dei Dottori Commercialisti*, 1; CATTURI G. (1989). *Teorie contabili e scenari economico aziendali*, Cedam, Padova; FERRERO G. (1995). *La valutazione del capitale di bilancio*, Giuffrè, Milano; GUATRI L. (1988). “Il reddito dell’impresa: che cosa significa?”. *Economia e Management*, marzo. Cfr. anche MELIS F. (1950). *Storia della ragioneria*, Zuffi, Bologna. Si prescinde qui da una disamina completa del concetto di reddito e delle sue diverse accezioni, per il quale si rimanda a: ALLEGRI M. (2010). *Concetti di reddito e conseguenti logiche di valutazione*, Giuffrè, Milano.

⁵Tratto da CECCHERELLI A. (1960). *Il linguaggio dei bilanci*, Le Monnier, Firenze, p. 3.

⁶Cfr. ONIDA P. (1951). *Bilancio d’esercizio nelle imprese*, Giuffrè, Milano, p. 3; GIANNESSE E. (1979). *Appunti di economia aziendale con particolare riferimento alle aziende agricole*, Pacini, Pisa, p. 476.

⁷QUAGLI A. (2017). *Bilancio di esercizio e principi contabili*, Giappichelli, Torino, p. 6.

concetto di continuità aziendale assume nell'Economia Aziendale italiana: a) lo scopo del principio di continuità aziendale è quello di mantenere l'equilibrio economico e finanziario; b) l'orizzonte temporale è indefinito o di lungo termine; c) il concetto di continuità è riferito all'azienda (e non al bilancio)⁸.

Il concetto di crisi aziendale è strettamente correlato a quello di continuità nell'Economia Aziendale. Riparbelli (1950)⁹ definisce la crisi come un insieme di condizioni e circostanze che ostacolano il normale funzionamento aziendale, di magnitudine e portata tali da ledere le condizioni minime di equilibrio. La mancanza di equilibrio e la "distruzione dell'ordine aziendale" determinano la crisi secondo Caramiello, che si muove sulle orme di Riparbelli e Giannessi¹⁰.

Nella teoria organicistica, la crisi è un fenomeno legato al ciclo stesso di vita dell'azienda. Similmente agli organismi viventi, l'azienda attraversa fasi di nascita, sviluppo, maturità e declino (Catturi, 2005)¹¹. A conclusione della sua vita, l'azienda può spegnersi "naturalmente" con la liquidazione ordinaria, o in modo violento con la bancarotta (Riparbelli, 1950).

De Sarno (1982) definisce la crisi sia come apparire improvviso di fenomeni violenti e patologici, che come esacerbazione di fenomeni "nosologici", che inizialmente appaiono di modesta rilevanza per poi susseguirsi più di frequente e aggravarsi. Tali fenomeni possono essere esterni (ad esempio eventi macroeconomici o socio-politici) oppure interni all'azienda (ad esempio obsolescenza dei prodotti o cattiva gestione del management)¹².

Guatri (1986) definisce la crisi come "una manifestazione patologica che si sviluppa in diverse fasi"¹³. L'Autore identifica una prima fase della crisi, come disequilibrio dovuto a inefficienze interne ed esterne. In una seconda fase, il disequilibrio si traduce in perdita economica continuata nel tempo. Nella terza fase, l'insolvenza è conclamata con l'impossibilità da parte dell'azienda di soddisfare le obbligazioni. La fase finale è quella di permanente incapacità di soddisfare le passività con le attività, con conseguente distruzione di valore.

⁸ Cfr. MACCHIONI M., MAFFEI M., FIONDELLA C., ZAGARIA C. (2017). "Comunicare la continuità aziendale. Profili teorici e ambiti di applicazione". *RIREA*, pp. 319-338. Gli Autori rilevano inoltre la scarsità di informazioni sui tre profili indicati della continuità aziendale nei bilanci di esercizio.

⁹ RIPARBELLI, A. (1950). *Il contributo della Ragioneria nell'analisi dei dissesti aziendali*, Stabilimenti Grafici Vallecchi, Firenze.

¹⁰ Cfr. CARAMIELLO C. (1967). *L'azienda nella fase terminale*, C. Corsi, Pisa; GIANNESI E. (1960). *Le aziende di produzione originaria: Le aziende agricole* (No. 4), C. Corsi, Pisa.

¹¹ CATTURI G. (2005). *Appunti di economia e governo aziendale*, Cedam, Padova.

¹² DE SARNO M. (1982). *Equilibrio e crisi delle imprese*, Cedam, Padova.

¹³ GUATRI L. (1986). *Crisi e risanamento delle imprese*, Giuffrè, Milano, p. 11.

Il lavoro di Guatri rappresenta idealmente una saldatura tra il concetto classico di crisi come venir meno dell'equilibrio e della continuità aziendale, e l'idea di crisi come insolvenza finanziaria più "pragmatica" e fatta propria nella sfera giuridica.

Fasiello e Adamo (2014) analizzano l'applicazione del concetto di continuità aziendale nel contesto della crisi. Gli Autori evidenziano come l'approccio normativo italiano sulla crisi aziendale e sulla bancarotta privilegi esclusivamente la verifica della continuità aziendale, così come comunicata nel bilancio, schiacciandola sulla solvibilità finanziaria di breve. Tale approccio non segue i dettami dell'Economia Aziendale e trascura un'analisi di più ampio respiro sulle condizioni di *business*, sull'efficienza economica e sul funzionamento del complesso aziendale¹⁴.

Nel contesto anglosassone, il concetto di *going concern*, appare storicamente riferito alla logica di costruzione del bilancio di esercizio, e più in generale, della rendicontazione contabile. Un concetto collegato, ma diverso da quello di azienda, è quello di *reporting entity*. Il concetto di continuità aziendale dei moderni principi contabili nasce nel contesto anglosassone, alla cui disamina è dedicato il prossimo paragrafo.

2.2. Il *going concern* nel contesto anglosassone tra dottrina e *standard setting*

2.2.1. Il *going concern* nella dottrina anglosassone

Nel contesto anglosassone, il concetto di *going concern* viene rintracciato per la prima volta dall'economista John R. Commons in una causa legale del Seicento. Nella causa, la corte stabilisce che il valore di *going concern* è più alto del valore contabile di uno stabilimento (dato da un valore simile al costo storico al netto degli ammortamenti), perché lo stabilimento è in grado di produrre un sovrappiù in futuri esercizi¹⁵.

Hahn rileva che il concetto di *going concern* resta confinato prevalentemente all'ambito giuridico fino alla pubblicazione del manuale di revisione di Dicksee

¹⁴ Cfr. ADAMO S., FASIELLO R. (2014). "Problemi di inquadramento della prospettiva di continuità aziendale nella crisi di impresa". *Rirea*, 10-11-12. Sul punto cfr. anche BELLUCCI A. (2016). "La continuità aziendale nella dottrina, nell'evoluzione normativa e nel processo di verifica dei suoi presupposti". *Rirea*, 1, pp. 107-124.

¹⁵ Cfr. COMMONS J.R. (2017). *Legal Foundations of Capitalism: With a new introduction by Jeffrey Biddle & Warren J. Samuels*, Routledge, Torino.

nel 1892. Dopo il lavoro di Dicksee, l'uso del concetto si diffonde tra manuali di revisione e di bilancio, che appaiono tra la fine dell'Ottocento e il Novecento¹⁶. Dicksee suggerisce di valutare le attività aziendali sulla base della continuità aziendale allo scopo di evitare la fluttuazione del valore causata da circostanze esterne. L'Autore sembra collegare l'idea del *going concern* al costo storico come criterio di valutazione delle attività.

Storey ricostruisce i passaggi principali nei quali il concetto appare nella letteratura¹⁷. In particolare, nei libri di *accounting* di Henry Rand Hatfield del 1909 e del 1927, il concetto viene indicato come generalmente accettato in un'epoca, in cui ancora non esistevano *standard setter*¹⁸. Nell'ambito professionale, la prima introduzione del concetto di *going concern* avviene nel secondo Dopoguerra in un documento del *Committee on Accounting Procedure* (CAP), un gruppo di lavoro all'interno dell'*American Institute of Accountants*, associazione precursore dell'*AICPA American Institute of Certified Public Accountants*, dove per la prima volta la continuità aziendale viene presentata come assunto base per la preparazione di un bilancio utile per gli utenti.

In generale dunque, come osserva Moore, la continuità aziendale è stata trattata come un dato di fatto nella pratica contabile, una premessa necessaria alla redazione del bilancio di esercizio¹⁹.

Nel contesto statunitense un certo dibattito sul concetto di continuità, con tentativi di ricostruirne l'origine si è svolto negli anni Cinquanta e Sessanta, coinvolgendo studiosi come Sterling, Storey e Fremgen.

Secondo Sterling il principio del *going concern* deriva dalla visione gestionale delle operazioni dell'impresa come un processo continuo ed è stato assunto come fondamento necessario della contabilità senza molto sviluppo concettuale²⁰. Tuttavia, il *going concern* presenta diverse incongruenze concettuali relative alle sue implicazioni e, in particolare, al suo rapporto con altri principi contabili.

Sterling spiega che il *going concern* è una sorta di presupposto generico in base al quale vengono fatte previsioni sui benefici futuri delle attività in posses-

¹⁶ Cfr. HAHN W. (2011). "The going-concern assumption: Its journey into GAAP". *The CPA Journal*, 81(2), 26; DICKSEE L.R. (1915). *Auditing: A practical manual for auditors*, Gee, Montgomery, New York.

¹⁷ Cfr. STOREY R.K. (1959). "Revenue realization, going concern and measurement of income". *Accounting Review*, pp. 232-238.

¹⁸ Cfr. anche LEE T. (2002). "Henry Rand Hatfield and accounting biography". *The Accounting Historians Journal*, pp. 123-130.

¹⁹ Cfr. MOORE L. (2017). "Revisiting the firm, reporting entity, and going concern concepts in light of financial crisis". *Accounting and the Public Interest*, 17(1), pp. 130-143.

²⁰ Cfr. STERLING R.R. (1968). "The going concern: An examination". *The Accounting Review*, 43(3), pp. 481-502.

so dell'azienda. Secondo l'Autore, il *going concern* contiene implicitamente l'assunto che il futuro sarà in qualche modo "di successo", con un reddito non negativo negli esercizi futuri. Il *going concern* presuppone infatti continuità almeno per realizzare i piani e le aspettative presenti, per consentire al flusso dei ricavi di coprire i costi (soprattutto gli ammortamenti) nel tempo. Tali ipotesi non sono sempre realistiche e ragionevoli, specialmente su lunghi periodi di tempo. L'arco temporale di tale continuità, infatti, non è chiaro e mai esplicito in bilancio.

Storey sostiene che il *going concern* è fonte di confusione a causa delle incongruenze con il principio della prudenza e con il principio della competenza²¹. Secondo l'Autore, il principio della competenza ed il principio della realizzazione dei ricavi sono stati "sovrapposti" per non portare alle sue estreme conseguenze, e dunque a possibili incongruenze, il *going concern*.

Fremgen articola i concetti di Storey²². Se un'attività è definita dai benefici futuri che può apportare in un processo continuo, il "valore di *going concern*" di un'attività dovrebbe essere il valore attuale netto dei flussi di cassa futuri ottenibili dall'attività²³. Tale valore può essere difficilmente misurato per la maggior parte delle attività, perché esse non sono in grado di produrre autonomamente flussi di cassa. Anche assumendo che le attività siano in grado di produrre cassa autonomamente, questo approccio potrebbe scontrarsi con il principio di prudenza. Il realizzo dei ricavi (e il correlato *matching principle*) evita che tutti i beni siano valutati al valore netto di realizzo, in particolare le rimanenze. Un valore di *going concern* costruito sui flussi di cassa futuri sarebbe dunque incoerente con il principio della prudenza.

Nonostante le incongruenze, Storey rileva che il *going concern* riveste una funzione di controllo, forse ancora più che contabile. L'Autore ha osservato che, nel XIX secolo, le società registrate nel Regno Unito e i commercianti privati erano tenuti a includere nei loro conti il presupposto che l'impresa intendesse continuare le operazioni. Invece, le società parlamentari britanniche, registrate ai sensi del *Companies Act* del 1862, non erano tenute a includere un'assunzione esplicita di *going concern* nei loro conti, perché erano costituite per gestire lavori pubblici, come ferrovie e canali (etichettati come "beni permanenti") e legati a tali attività²⁴. In sostanza, mentre ai privati veniva richiesta un'assunzione di responsabilità sulla continuazione delle attività, per le società che ge-

²¹ Cfr. STOREY (1959). *op. cit.*

²² Cfr. FREMGEN J.M. (1968). "The going concern assumption: A critical appraisal". *The Accounting Review*, 43(4), pp. 649-656.

²³ Lo stesso concetto rilevato da Commons in una sentenza del Seicento.

²⁴ Cfr. STOREY R.K. (1959). "Revenue realization, going concern and measurement of income". *Accounting Review*, pp. 232-238.