

INDICE

Introduzione	1
-------------------------------	---

Parte prima

LA VALUE RELEVANCE: DEFINIZIONE ED EVOLUZIONE NEL DIBATTITO INTERNAZIONALE

1. La value relevance: introduzione

1.1. Premessa	13
1.2. Definizioni di value relevance	15
1.2.1. La value relevance come misura del reddito	15
1.2.2. La value relevance come fonte di informazione sulle future performance aziendali	16
1.2.3. La value relevance come driver delle notizie finanziarie	17
1.2.4. La value relevance come rapporto tra il bilancio e le quotazioni azionarie	21
1.3. L'antesignano della value relevance: la Capital Market-Based Accounting Research	23
1.3.1. Le categorie della CMBAR	23
1.3.2. La moderna CMBAR: origini	29
1.3.3. La moderna CMBAR: sviluppi successivi	31

2. Il contesto istituzionale: influenza sulla value relevance

2.1. Tendenze negli studi di value relevance	41
2.2. Gli studi comparativi di value relevance	45
2.2.1. Comparazioni tra Paesi diversi	45
2.2.2. Comparazioni tra momenti differenti e tendenze evolutive	46
2.2.3. Altre analisi comparative	47
2.2.3.1. Comparazioni basate su aspetti contabili	48
2.2.3.2. Comparazioni basate sull'approccio metodologico	49
2.2.3.3. Comparazioni basate su eventi specifici	50
2.3. Livello di protezione degli azionisti e tradizione legale: gli effetti sulla value relevance	52
2.3.1. Il livello di protezione degli azionisti	52
2.3.2. La tradizione legale	55

Parte seconda

INDAGINE EMPIRICA SULLA VALUE RELEVANCE DEGLI ITEMS CONTABILI

1. Introduzione metodologica

1.1.	Premessa	63
1.2.	Obiettivo della ricerca	65
1.3.	Quesiti di ricerca	67
1.4.	Metodologia della ricerca	68
1.4.1.	Fasi di analisi	71
1.4.2.	Analisi della value relevance	74
1.4.3.	Analisi dell'importanza relativa delle informazioni contabili.	79
1.5.	Campioni di analisi.	83
1.5.1.	Il campione totale.	86
1.5.2.	I sotto-campioni	94

2. La value relevance dei principali parametri contabili

2.1.	L'evoluzione della value relevance del reddito.	107
2.1.1.	Premessa	107
2.1.1.1.	Analisi della varianza (ANOVA)	108
2.1.2.	Campione italiano.	110
2.1.2.1.	Campione italiano complessivo.	111
2.1.2.2.	Settori C-F italiani	113
2.1.2.3.	Settori D-E-G-H-I italiani	114
2.1.2.4.	Settori J-L-M-N-P-R-S italiani	116
2.1.3.	Campione inglese	118
2.1.3.1.	Campione inglese complessivo	118
2.1.3.2.	Settori A-B inglesi	120
2.1.3.3.	Settori C-F inglesi	121
2.1.3.4.	Settori D-E-G-H-I inglesi	124
2.1.3.5.	Settori J-L-M-N-P-Q-R-S inglesi	126
2.2.	L'evoluzione della value relevance del reddito e del patrimonio netto.	128
2.2.1.	Premessa	128
2.2.2.	Campione italiano.	130
2.2.2.1.	Campione italiano complessivo.	130
2.2.2.2.	Settori C-F italiani	132
2.2.2.3.	Settori D-E-G-H-I italiani	134
2.2.2.4.	Settori J-L-M-N-P-R-S italiani	136
2.2.3.	Campione inglese	138
2.2.3.1.	Campione inglese complessivo	138
2.2.3.2.	Settori A-B inglesi	141

	2.2.3.3. Settori C-F inglesi	143
	2.2.3.4. Settori D-E-G-H-I inglesi	145
	2.2.3.5. Settori J-L-M-N-P-Q-R-S inglesi	147
2.3.	L'evoluzione della value relevance delle altre voci di bilancio	150
2.3.1.	Premessa	150
2.3.2.	Campione italiano	152
2.3.2.1.	Campione italiano complessivo	152
2.3.2.2.	Settori C-F italiani	154
2.3.2.3.	Settori D-E-G-H-I italiani	157
2.3.2.4.	Settori J-L-M-N-P-R-S italiani	159
2.3.3.	Campione inglese	162
2.3.3.1.	Campione inglese complessivo	162
2.3.3.2.	Settori A-B inglesi	165
2.3.3.3.	Settori C-F inglesi	167
2.3.3.4.	Settori D-E-G-H-I inglesi	169
2.3.3.5.	Settori J-L-M-N-P-Q-R-S inglesi	172

3. L'importanza relativa dei parametri contabili

3.1.	Premessa	179
3.2.	Campione italiano	182
3.2.1.	Campione italiano complessivo	182
3.2.2.	Settori C-F italiani	186
3.2.3.	Settori D-E-G-H-I italiani	190
3.2.4.	Settori J-L-M-N-P-R-S italiani	193
3.3.	Campione inglese	196
3.3.1.	Campione inglese complessivo	196
3.3.2.	Settori A-B inglesi	200
3.3.3.	Settori C-F inglesi	203
3.3.4.	Settori D-E-G-H-I inglesi	206
3.3.5.	Settori J-L-M-N-P-Q-R-S inglesi	210

4. Riflessioni di sintesi

4.1.	Premessa	217
4.2.	Risposta ai quesiti di ricerca: un'analisi puntuale e comparata	219
4.2.1.	Primo quesito di ricerca	219
4.2.1.1.	Campione italiano complessivo	220
4.2.1.2.	Settori C-F italiani	223
4.2.1.3.	Settori D-E-G-H-I italiani	225
4.2.1.4.	Settori J-L-M-N-P-R-S italiani	227
4.2.1.5.	Campione inglese complessivo	229
4.2.1.6.	Settori A-B inglesi	231

4.2.1.7.	Settori C-F inglesi	233
4.2.1.8.	Settori D-E-G-H-I inglesi	234
4.2.1.9.	Settori J-L-M-N-P-Q-R-S inglesi	236
4.2.1.10.	Riflessioni sui dati emersi	238
4.2.2.	Secondo quesito di ricerca	241
4.2.3.	Terzo quesito di ricerca	246
4.3.	I recenti shock di mercato: pandemia e scenario bellico. I possibili riflessi sull'assetto della value relevance dei dati contabili	248

Parte terza

INDAGINE SULLA PERCEZIONE DEGLI OPERATORI AZIENDALI

1. Questionario per l'analisi della value relevance

1.1.	Premessa	257
1.2.	Introduzione metodologica	262
1.2.1.	Obiettivo della ricerca	262
1.2.2.	Quesiti di ricerca	264
1.2.3.	Metodologia della ricerca	267
1.2.3.1.	Fasi di analisi	268
1.2.3.2.	Percezione dell'utilizzo dei canali informativi	272
1.2.3.3.	Percezione dell'importanza relativa dei dati contabili	273
1.2.3.4.	Correlazione tra importanza percepita e spazio nel bilancio	277

2. I risultati del questionario

2.1.	Premessa	281
2.2.	Percezione circa l'utilizzo dei canali informativi da parte degli investitori	281
2.3.	Percezione sull'importanza relativa dei dati contabili	286
2.3.1.	Reddito d'esercizio	287
2.3.2.	Patrimonio netto	288
2.3.3.	Flussi di cassa operativi	289
2.3.4.	Disponibilità liquide	290
2.3.5.	Dividendi	292
2.3.6.	Costi di ricerca e sviluppo	293
2.3.7.	Immobilizzazioni immateriali	294
2.3.8.	Costi di pubblicità	296
2.3.9.	Ricavi	297
2.3.10.	Attività totali	298
2.4.	Correlazione tra importanza percepita e scelte di rappresentazione in bilancio	300

3. Riflessioni di sintesi

3.1. Premessa	305
3.2. Risposta ai quesiti di ricerca	308
3.2.1. Utilità del bilancio.	309
3.2.2. Importanza dei singoli parametri di bilancio	312
3.2.3. Rappresentazione nel bilancio in base all'importanza percepita	314
3.3. Limiti ed evoluzione futura della ricerca.	316
Bibliografia	321

