

capitale intellettuale aziendale richiede che vengano gestite singolarmente le molteplici componenti dello stesso e, soprattutto, i legami tra di esse, in modo tale che si possa instaurare un circolo virtuoso che porta all'accrescimento del valore del capitale intellettuale e, di conseguenza, del valore aziendale. Fondamentale, per l'azienda, è generare continui interscambi tra capitale umano, organizzativo e relazionale. Le conoscenze e le idee dei singoli possono diventare patrimonio comune, sedimentato nell'organizzazione tramite la creazione di database, software, procedure, ecc.

Le conoscenze individuali, a loro volta, aumentano, si ampliano e si approfondiscono se si ha la possibilità di «attingere» al patrimonio conoscitivo e alle esperienze di altri soggetti. Inoltre, le conoscenze sono fondamentali per gestire adeguatamente il rapporto con i clienti e, più in generale, con gli stakeholder senza improvvisazione e facendo leva sugli elementi fondamentali che generano soddisfazione. La capacità dell'azienda di sviluppare il circolo virtuoso appena descritto è alla base della creazione di valore.

Il capitale intellettuale è, a ben vedere, «capitale di conoscenza». Le competenze sono basate sulla conoscenza tacita degli individui, i database altro non sono se non conoscenza strutturata, i rapporti con gli stakeholders dipendono dalla conoscenza che essi hanno dell'azienda e dalla fiducia che ripongono nel suo operato nonché dalla conoscenza che l'azienda ha di

essi e dalla sua capacità di relazionarsi. I sistemi di gestione sono flussi organizzati di informazioni che creano conoscenza.

Ad esempio, il controllo di gestione crea conoscenza sull'andamento economico dei servizi, la gestione del personale sulle attività, sull'autonomia e sulle responsabilità delle singole posizioni, ecc.

Gestire il capitale intellettuale vuol quindi dire «gestire la conoscenza» e, in particolare, il suo processo di creazione, sviluppo e diffusione all'interno di un'organizzazione.

Questo processo deve essere accuratamente governato per garantirne la fluidità e per assicurarsi che le azioni di sviluppo della stessa siano orientate al raggiungimento degli obiettivi strategici, alla creazione di valore per l'azienda, per gli utenti e per tutti gli stakeholder.

Aimag ha, quindi, formulato una strategia di knowledge management, coerente con le linee essenziali di quella aziendale e finalizzata a sviluppare il capitale intellettuale e, pertanto, a creare valore.

Gli obiettivi di knowledge management individuati sono i seguenti:

- > attrarre e fidelizzare risorse qualificate e sviluppare un ambiente di lavoro sereno e stimolante, in cui ciascun individuo si senta coinvolto in un processo di crescita personale e professionale;
- > garantire un livello elevato di competenze e di commitment del personale per svolgere in maniera efficace ed efficiente l'attività;

***“Gestire la conoscenza”  
per creare valore***