

07 Marzo 2018

Notizie dal Web n. 51



Quanto vale la Tua azienda?



Il significato della parola **“Valore”**, in chiave economica, racchiude in sé un concetto complesso e di ampio respiro. Analizzando il legame che c'è tra Valore e Azienda, possiamo notare che ogni decisione e azione intrapresa da imprenditori e manager crea o distrugge valore, facendo incrementare o diminuire, di conseguenza, il cosiddetto **“Prezzo”** di un'azienda.

Prezzo e Valore possono sembrare banalmente la medesima cosa, ma in realtà sono molto diversi tra loro: il prezzo è determinato dal mercato nel momento in cui avviene lo scambio, ovvero nel momento in cui

domanda e offerta si incontrano; il valore invece è una stima dei benefici economici che si potrebbero ottenere dal possesso di quel bene.

Il **Valore di un'Azienda**, pertanto, è collegato non tanto al valore patrimoniale dei propri asset, ma alla capacità di produrre denaro nel tempo, in relazione ai rischi assunti.

Il valore di un'azienda, quindi, si determina sempre guardando al futuro (ma considerando anche il passato e il presente), e può variare in relazione alle caratteristiche del soggetto che la valuta, ovvero in relazione alle sinergie che esso potrà ottenere, e che faranno in tal caso incrementare gli attuali guadagni.

Per questa ragione, in linea generale, un soggetto finanziario sarà disposto a pagare sempre meno di un soggetto industriale.

Ma quanto vale la Mia azienda? E come posso misurarla?

“Vale di più un'azienda che nell'ultimo esercizio ha registrato utili per un milione di euro affittando DVD, o vale di più una start-up che ha perso un milione nel primo anno di attività e che sta per commercializzare la prima auto con il pilota automatico?”

Questa domanda provocatoria evidenzia come sia difficile stimare un giusto valore per ogni azienda. In economia esistono diversi modelli per valutare un'azienda, ognuno con i suoi Pro e i suoi Contro, e nessuno di questi può dare una certezza assoluta del numero finale.

In linea di principio un'azienda vale in relazione al rapporto tra remunerazione e capitale investito, considerando il relativo rischio d'impresa. La valutazione deve essere quindi “tarata” su ciascuna azienda e contestualizzata nell'ambiente e nel tempo.

Ad oggi esistono molti metodi di valutazione: risulta inutile cercare di creare un modello di valutazione perfetto e univoco, che tenga conto delle diverse caratteristiche intrinseche di ciascuna azienda.

Il metodo più conosciuto è quello comparativo, o cosiddetto dei multipli, che è utilizzato per stimare il valore di un'azienda in un determinato

settore, comparandola con transazioni analoghe. Questo è ovviamente un metodo veloce e facile, ma semplicistico, per valutare le aziende, che quasi sempre deve essere aggiustato per ottenere un valore affidabile.

Ovviamente esistono anche altri modelli più complessi e più precisi, tra i quali il DCF (Discount Cash Flow), l'EVA (Economic Value Added), il metodo Reddittuale, ed altri ancora per valutare un'azienda.

Possiamo sostenere, pertanto, che non esiste un modello univoco e perfetto per valutare velocemente un'azienda ma che, utilizzando i diversi modelli esistenti e analizzando le diverse situazioni aziendali, si possa arrivare a stimare il valore più veritiero possibile.

Per avere maggiori informazioni sui nostri servizi contattaci compilando il nostro form qui sotto, commenta l'articolo oppure chiama allo 030.2054803.

E' solo stimando queste tre variabili che riesco a valutare un investimento: *investo i soldi della mia azienda in titoli o decido di acquisire il mio competitor?*

Milano

Via S. Michele del Carso 22
20144 Milano
tel. +39 02 805 057 74
info@benedetti-co.it

Brescia

Via Oberdan 5/7
25128 Brescia
tel. +39 030 205 48 03
info@benedetti-co.it

Mumbai

INDIA - 400006 Mumbai,
Ajanta Building Flat 1,
LD Ruparel -
Marg Malabar Hill
tel. +91 - 9820088817