

Come Valutare un'Azienda

Logiche, metodologie e criteri per una stima credibile

METODOLOGIA DECISIONALE

Valutare un'azienda significa stimarne il valore economico in modo oggettivo, documentato e difendibile. È un passaggio cruciale in operazioni come vendita di quote, ingresso di soci, fusioni, scissioni, passaggi generazionali o trattative con investitori e banche. La valutazione non è un numero "magico": è un processo tecnico che richiede metodo, dati e coerenza.

CONCETTO FONDAMENTALE: VALORE VS PREZZO

Valore: Stima tecnica e rigorosa derivata dall'analisi dei dati economico-patrimoniali.

Prezzo: Importo finale concordato tra le parti all'interno della negoziazione di mercato.

I Principali Metodi di Valutazione

1. Metodo Patrimoniale | Il valore dei beni

Parte dal patrimonio netto e lo rettifica ai valori correnti: immobili, macchinari, magazzino, crediti e debiti vengono riportati a valori reali. È utile per holding, società immobiliari o aziende con forte componente patrimoniale, ma non considera la capacità futura di generare reddito.

2. Metodo Reddittuale | La capacità di produrre utili

Valuta l'azienda in base ai redditi futuri attesi. Si stima un reddito "normalizzato" e lo si capitalizza con un tasso che riflette il rischio dell'investimento. È adatto a imprese con avviamento, brand forte e clientela fidelizzata. Il tasso di capitalizzazione è il parametro più delicato.

3. Metodo Finanziario DCF (Discounted Cash Flow) | Il più rigoroso

Il DCF è il metodo più analitico: proietta i flussi di cassa futuri e li attualizza al WACC (Costo Medio Ponderato del Capitale). Richiede un piano industriale dettagliato e ipotesi esplicite su crescita, margini e investimenti. Rappresenta lo standard nelle operazioni di M&A internazionali.

4. Metodo dei Multipli | Il confronto con il mercato

Confronta l'azienda con società comparabili o transazioni simili. I parametri più utilizzati sono EV/EBITDA, EV/EBIT e P/E.

BENCHMARK ORIENTATIVI DI MERCATO

- **PMI Italiane:** Il valore tipico si attesta tra **3x e 6x l'EBITDA** normalizzato.

- **Attività Commerciali:** Bar o negozi si valutano spesso tra **0,3x e 1x il fatturato**.

 **Perché servono più metodi:** Non esiste un unico valore “vero”: ogni metodo fotografa un aspetto diverso dell'azienda. Per una stima credibile e difendibile si usano sempre almeno due metodi convergenti, adattati al settore, alla redditività e alla finalità dell'operazione.