

Basilea 2, il ROI e l'attivo circolante

L'impatto sulle PMI

Dopo aver partecipato ad alcuni convegni e seminari su Basilea 2, mi sono reso conto che le aziende italiane e in particolar modo le PMI hanno una scarsa conoscenza di quanto sta avvenendo nel mondo bancario a seguito degli accordi di Basilea 2; gli effetti banca-impresa saranno sempre più sfavorevoli per quelle aziende che non si saranno adeguate al cambiamento.

La figura del professionista consulente aziendale nell'area del credito o il credit manager sarà sempre più importante e determinante per le aziende.

Le PMI (piccole e medie imprese) sono a tutt'oggi impreparate ad affrontare una rivoluzione nel sistema del credito, mentre dovrebbero adeguarsi al cambiamento nel più breve tempo possibile attivando una serie di interventi per far fronte ai processi di valutazione che gli istituti di credito imporranno per concedere il fido.

Ho voluto, in qualità di consulente del credito ed ex credit manager, dare un piccolo esempio di quanto sia necessario analizzare anche un solo indice di bilancio e trarre le conclusioni....

Fra le centinaia di informazioni, dati e indici di bilancio che le banche utilizzeranno per valutare le aziende, un indice importante sarà il ROI (return on investments) e il suo andamento negli anni.

Proviamo allora ad analizzare meglio questo importante indice di bilancio:

La formula del ROI:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Ro}}{\text{Ci}}$$

dove:

Ro = Reddito operativo

Ci = Capitale investito

Secondo una proprietà matematica moltiplicando numeratore e denominatore per la stessa cifra il prodotto non cambia. Posso pertanto modificare la formula moltiplicando nominatore e denominatore per il ricavo delle vendite ed avrò:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Ro}}{\text{Ci}} \times \frac{\text{V}}{\text{V}}$$

dove:

Ro = Reddito operativo

Ci = Capitale investito

V = ricavo delle vendite

Secondo un'altra proprietà matematica invertendo l'ordine dei fattori il prodotto non cambia.

Posso pertanto scrivere la formula nel seguente modo:

$$\text{ROI} = \frac{\text{V}}{\text{Ci}} \times \frac{\text{Ro}}{\text{V}}$$

Guardiamo meglio la formula ottenuta e scopriamo che : $\frac{V}{Ci}$ è il turnover del Capitale investito

e $\frac{Ro}{V}$ è il ROS (return on sales) ovvero l'indice di redditività sulle vendite.

Per aumentare il ROI quindi si può intervenire sia aumentando l'utile sulle vendite (ROS) oppure aumentando il turnover del capitale investito.

Vediamo il primo caso: aumentare l'utile sulle vendite. Ma come?

- aumentando il prezzo di vendita
- diminuendo il prezzo degli acquisti
- tagliando i costi (amministrativi, del personale, delle spese accessorie, ecc.)
- diminuendo le immobilizzazioni (capannoni, macchinari, ecc.)

Tutte azioni NON prive di conseguenze negative nel medio-lungo termine.

Vediamo il secondo caso: aumentare il turnover del capitale investito.

Scorporiamo il capitale investito Ci (o attivo dello stato patrimoniale) nelle componenti di cui è formato:

IMMOBILIZZI	ovvero	Capitale immobilizzato
MERCI	}	ovvero Capitale circolante
CREDITI v/ CLIENTI		
CASSA E BANCHE		

Tralasciamo gli immobilizzi in quanto ogni variazione modificherebbe la struttura stessa dell'azienda, con conseguenze facilmente immaginabili.

Tralasciamo cassa e banche in quanto ininfluenti date le dimensioni percentuali.

Le aree d'intervento per migliorare il ROI sono MERCI e CREDITI. (la quasi totalità dell'attivo circolante).

Occorre quindi diminuire il magazzino e i crediti concessi ai clienti per ottenere un indice di turnover del circolante più alto.

Proviamo con un esempio numerico a capire cosa potrebbe nascondersi dietro ad un trend negativo del ROI:

	anno 2006	anno 2007 incremento % su anno prec.	anno 2008 incremento % su anno prec.
vendite	9.000	12.000 33%	17.000 42%
utile	480	650 35%	980 51%

analizzando solo questi due dati rilevati dai bilanci sembrerebbe un'azienda in crescita....
ma proseguiamo con l'analisi di altri dati:

	anno 2006	anno 2007	anno 2008
capitale investito (attivo S.P.)	7.000	13.000	24.000
ROI	6,86%	5,00%	4,08%
ROS	5,33%	5,42%	5,76%

Qualcosa non va.... perché il ROI è in diminuzione? Analizziamo la composizione del capitale investito:

	anno 2006	anno 2007 incremento% su anno prec.	anno 2008 incremento % su anno prec.
capitale investito (attivo S.P.)	7.000	13.000 +86%	24.000 +85%
<i>di cui:</i>			
immobilizzi	2.900	3.400 +17%	3.900 +15%
merci	1.000	2.500 +150%	4.500 +80%
crediti	3.000	7.000 +133%	15.500 +121%
cassa e banche	100	100 0%	100 0%

Il capitale investito è cresciuto in % maggiormente rispetto a vendite e utile.

In particolare il trend negativo (diminuzione) del ROI dimostra che è aumentato notevolmente l'attivo circolante (merci e crediti); questo significa che l'aumento dei ricavi di vendita e dell'utile è stato ottenuto aumentando il magazzino per far fronte alle richieste di prodotti in maggiore quantità e più diversificati secondo la teoria del customer satisfaction e soprattutto concedendo o accettando dilazioni nei pagamenti come dimostra l'aumento enorme dei crediti.

L'aumento congiunto di merci e crediti, comporterà maggior ricorso ai finanziamenti (onerosi), dilazioni nei pagamenti ai fornitori e con un effetto domino si avranno maggiori oneri finanziari, difficoltà di approvvigionamento, con conseguente ricerca di fonti di approvvigionamento alternative e più onerose.

L'aumento dei costi comporterà pertanto tagli alle spese (costi di personale, spese accessorie, ecc.) e aumenti ingiustificati dei prezzi per contrastare l'inversione di tendenza.

Quella strategia di aumentare fatturato e utile a tutti i costi non era poi così vincente e gli istituti di credito ne terranno conto nella valutazione (rating) dell'azienda!

DINO SOLARI
Consulente del Credito

Via G. Deledda 18
22100 Como (CO)

soldinos@tin.it cell. 3396278892