
Sai quanto vale il tuo studio?

Data Articolo: 29 Marzo 2011

Autore Articolo: Antonino Salvaggio

Uno studio professionale, così come una qualsiasi altra azienda, ha un proprio valore la cui determinazione è utile in diverse occasioni.

L'interesse a valutare uno studio professionale nasce principalmente per questioni che possono comportare una **transazione** o per scopi di tipo **informativo** e **conoscitivo**.

Le principali motivazioni che possono spingere un professionista a procedere ad una valutazione dello studio professionale possono essere diverse: passaggi di proprietà di tutto o di parte dello studio, passaggi generazionali in studi a conduzione familiare, cessione della clientela, fusione o aggregazione con un altro studio professionale, liquidazione della quota di un socio/partner, ingresso di un nuovo socio/partner, dispute legali tra soci, o semplicemente per determinare quanto valore si è apportato nel corso degli anni al fine di misurare la crescita dello studio.

Negli ultimi anni, a causa dell'aumento di fusioni e/o aggregazioni di studi professionali, le occasioni di valutazione di uno studio professionale sono aumentate così come è aumentato l'interesse e la ricerca di metodi e principi di valutazione più raffinati e precisi.

I principi adottati per la valutazione di uno studio professionale prendono spunto da quelli finalizzati alla valutazione delle aziende, tenendo conto però dei principali elementi che caratterizzano uno studio professionale ed in particolare i **dipendenti** e i **collaboratori**, i **clienti ed il mercato di riferimento** (studio professionale specializzato in una determinata nicchia di mercato), il **sistema organizzativo-gestionale** (metodi e procedure e l'eventuale certificazione di qualità) ed i **beni materiali** e **immateriali** compresi il **marchio**, l'appartenenza ad un **network professionale** e la localizzazione.

Le tecniche di valutazione e le scelte metodologiche da adottare vanno comunque fatte tenendo conto degli obiettivi della valutazione stessa (fusioni, ingresso di un nuovo socio, etc...), dato che si può tranquillamente affermare che non esiste un metodo di valutazione come migliore in assoluto e valido per tutti gli studi professionali.

Una linea di pensiero sostiene che uno studio professionale può valere al massimo il valore corrente del patrimonio (totalità dei beni che lo compongono) in quanto in una professione intellettuale che si basa sulla fiducia tra cliente e professionista non può essere attribuito alcun valore ai clienti già acquisiti.

Una seconda linea di pensiero, al contrario sostiene che il portafoglio clienti sia parimenti da valutare sulla base del fatturato prospettico. Si pongono però problemi di non facile soluzione considerando che ciascun cliente può abbandonare lo studio da un momento all'altro.

Prendendo spunto da metodi usati e collaudati per la valutazione degli studi professionali nei paesi anglosassoni, le diverse metodologie di valutazione possono così riassumersi:

- **income approach** (metodo reddituale)
- **asset-based approach** (metodo patrimoniale)
- **market approach** (metodo dei multipli di mercato o metodo del pollice)
- **intuitus personae**
- **metodo del sovrareddito**
- **metodo della percentuale sui ricavi**

Senza nessuna pretesa di essere esaustivi, si descrivono di seguito le **principali metodologie** di valutazione.

Il **metodo reddituale** o **income approach** si basa sul valore attuale dei redditi futuri presunti e sull'applicazione di regole molto semplicistiche che tengono conto della **costanza del reddito** e della **durata della vita aziendale**.

Semplificando, il valore stimato dello studio può essere rappresentato dalla formula:

$$W = R / i$$

dove

W è il valore stimato dello studio

R è il reddito atteso

i è il tasso di attualizzazione

Il **metodo patrimoniale** o **asset-based approach** si basa sulla valutazione delle singole attività e passività di uno studio professionale determinando il valore netto pari alla differenza tra le attività e le passività (apportando le opportune rettifiche).

Tra gli elementi attivi dello studio professionale vanno considerati quegli elementi intangibili che caratterizzano le strutture professionali: **know how, marchio, certificazione di qualità, clima interno e relazioni con la clientela**.

Il **metodo dei multipli di mercato** (cosiddetto **metodo del pollice**) o **market approach** si basa sull'analisi delle transazioni effettuate, dal mercato di riferimento in cui opera lo studio professionale e dalle sue caratteristiche, attraverso l'individuazione di alcuni indicatori o indici come ad esempio il *fatturato* o il *numero di addetti*.

Il **metodo intuitus personae** è un metodo particolarmente adatto agli studi professionali poichè basato su alcuni coefficienti di ponderazione e indici, quali il "*rischio professionista*", il "*rischio cliente*", il fattore "*tempo*" ed il fattore "*autonomia*". Il rischio professionista indica il grado di rischio di diminuzione di fatturato dello studio nel caso in cui un professionista lascia lo studio. Il rischio cliente indica il grado di rischio di diminuzione del fatturato nel caso è il cliente (o un gruppo di clienti) a lasciare lo studio. Il fattore tempo identifica il tempo di sopravvivenza di una struttura professionale legata alla permanenza media dei clienti ed l'autonomia identifica il grado di autonomia della struttura in relazione alla permanenza di soci, dipendenti o collaboratori.

Il **metodo del sovrareddito** si basa sulla quantificazione dello studio professionale come la somma tra il **valore della struttura patrimoniale** e la **misura dell'avviamento** calcolato come la differenza tra il reddito prospettico e il reddito generato da investimenti alternativi.

Il **metodo della percentuale dei ricavi** si basa sul calcolo del valore tenendo conto di una percentuale sui ricavi conseguiti in riferimento all'ultimo anno o triennio. Nel caso in cui l'obiettivo della valutazione è l'acquisizione dello studio professionale, poichè l'applicazione di questo metodo può comportare un rischio maggiore per l'acquirente, possono essere applicate delle varianti apportando rettifiche ai ricavi o nell'uso dei redditi futuri previsti nei prossimi cinque anni anziché tener conto dei ricavi già conseguiti.

La scelta del metodo di valutazione più appropriato va fatta dopo aver chiarito gli obiettivi da perseguire con la valutazione e dopo aver analizzato vantaggi e svantaggi derivanti dall'applicazione di un metodo piuttosto che di un altro, anche se, nella pratica professionale è tutt'altro che infrequente l'impiego congiunto di due o più metodologie per la stima del valore.

Autore: Antonino Salvaggio - Centro Studi CGN

