Idee di valore – la newsletter di ACB Valutazioni – n. 32 – Ottobre 2025

La valutazione d'azienda non è un verdetto, ma una stima ragionevole

Quando si parla di valutazione d'azienda, si immagina un giudizio definitivo, quasi fosse una sentenza, ma dire quale è il valore dell'azienda, non basta. Una buona valutazione deve anche spiegare perché si giunge a quel valore.

Per questo la valutazione non è un verdetto, bensì un percorso logico in grado di giungere ad una stima ragionevole, basata su ipotesi esplicite, metodi coerenti e un'adeguata motivazione documentata. In questo senso, la valutazione è prima di tutto un percorso di comprensione, non un numero da subire.

Una buona valutazione nasce dal metodo

Una buona valutazione non si limita a “determinare un prezzo”: costruisce un ragionamento economico coerente. Ogni metodo riflette scelte precise e ipotesi da motivare.

Le proiezioni dei flussi di cassa, i tassi di attualizzazione, la percezione del rischio e il contesto competitivo non sono dati oggettivi: sono stime fondate sul giudizio professionale, basate su informazioni verificabili e su un'interpretazione economica della realtà aziendale, dei suoi rischi, del contesto competitivo e tecnologico che è chiamata ad affrontare. Per questo, valutare un'azienda non è un esercizio matematico, ma un processo di sintesi di numeri e di strategia, di passato e di prospettive.

Quando l'imprenditore incontra l'esperto di valutazione

Molti imprenditori si trovano di fronte all'esperto di valutazione con lo stesso atteggiamento che Renzo aveva davanti ad Azzecagarbugli: cercano risposte rapide, si affidano al tecnico, ma finiscono confusi da un linguaggio che sembra più complicare che chiarire.

L'esperto di valutazione spesso si trincerava dietro al costo del capitale, al beta ed ai multipli; mentre l'imprenditore pensa a clienti, relazioni, investimenti, brand e know-how. Due linguaggi diversi, entrambi legittimi, ma che devono incontrarsi. Il ruolo dell'esperto non è “emettere un verdetto”, ma interpretare le fonti di valore e renderne chiari i presupposti. Il ruolo dell'imprenditore, invece, è fornire la propria visione del business: mercati, strategie, rischi, opportunità.

Solo da questo confronto nasce una valutazione utile, capace di riflettere la vera natura dell'impresa. Ogni valutazione efficace nasce da un dialogo strutturato fra impresa ed esperto. Il professionista porta metodo, neutralità e rigore tecnico; l'imprenditore porta visione, conoscenza operativa e contesto. Solo l'integrazione di queste prospettive permette di costruire una stima coerente, difendibile e utile.

La trasparenza delle ipotesi e la chiarezza del linguaggio sono elementi essenziali.

Quando i presupposti vengono esplicitati e discussi, il numero finale perde il carattere di “verdetto” e diventa una misura condivisa, uno strumento di pianificazione e decisione.

Motivare, spiegare, documentare

La credibilità di una valutazione si misura dalla qualità delle motivazioni che la sostengono.

Un documento tecnico solido deve chiarire:

- le assunzioni relative alla sostenibilità dei flussi economici e finanziari, allo scenario competitivo, alla sostenibilità delle fonti di vantaggio competitivo dell'impresa;
- il criterio o i criteri più adatti allo specifico contesto in relazione alla finalità della valutazione (cessione, M&A, passaggio generazionale, recesso, ecc.);
- i parametri di rischio e la sensibilità dei risultati ai fattori di rischio (industriali e finanziari);
- i limiti dell'analisi, perché ogni stima contiene margini di incertezza.

Motivare non significa “giustificare” ma spiegare, ossia rendere comprensibile e condiviso il percorso logico adottato dall'esperto. Solo così la valutazione diventa uno strumento di conoscenza anche per l'imprenditore, e non una cifra da contestare o difendere.

Dal numero alla consapevolezza

Una volta abbandonata la logica del “giudizio”, la valutazione si rivela per ciò che davvero è: uno strumento di consapevolezza economica delle reali fonti di valore dell'azienda.

Attraverso il processo valutativo, l'imprenditore può:

- comprendere i fattori che accrescono e riducono il valore dell'azienda;
- individuare le aree di debolezza nella prospettiva valutativa;
- valutare scenari alternativi e impatti delle scelte strategiche;
- misurare la sostenibilità del modello di business nel tempo.

In questa prospettiva, il valore stimato in genere non è il punto d'arrivo, ma l'inizio di una riflessione strategica. Non serve solo sapere “quanto vale l'azienda”, ma capire perché vale così e come può valere di più.

Conclusioni

La valutazione d'azienda, se condotta con rigore metodologico e motivazione adeguata, non è un atto giudicante ma un esercizio di razionalità economica. È un modo per misurare la capacità dell'impresa di generare valore nel tempo, non per assegnarle un voto.

L'imprenditore non deve porsi di fronte all'esperto con diffidenza o aspettative salvifiche, ma come davanti a un partner di riflessione strategica (*sparring partner*). Perché la vera risposta che deve dare l'esperto non è solo quale sia il valore, ma anche perché l'azienda abbia quello specifico valore.

ACB Valutazioni

Chi siamo

ACB Valutazioni è una società che unisce le competenze del Prof. Mauro Bini con quelle proprie dei titolari di 12 studi professionali di commercialisti di grande rilevanza a livello nazionale tutti con più di 30 anni di esperienza (veterani), dedicata alle valutazioni ed alle attività complementari alle valutazioni (riorganizzazioni societarie e ristrutturazioni fiscali, due diligence, attestazioni di piani, ecc.). La missione di ACB Valutazioni consiste nel colmare un vuoto di offerta nel nostro paese nelle valutazioni di alta qualità da parte di soggetti indipendenti, coniugando fra loro tre elementi qualificanti: le competenze *best in class* nel campo delle valutazioni, anni di esperienza di professionisti qualificati nella soluzione di problemi societari complessi e l'energia imprenditoriale di una struttura societaria.

Come lavoriamo

ACB Valutazioni assiste le aziende in tutti i percorsi di crescita esterna, di razionalizzazione della compagine azionaria, di cambio di governance, di vendita, di aumenti di capitale con rinuncia al diritto di opzione. Partiamo dall'analisi fondamentale dell'azienda, individuiamo i percorsi in grado di valorizzarla al meglio in relazione agli scopi del management e forniamo assistenza qualificata in tutte le fasi dei processi di acquisto, di vendita, di ricapitalizzazione.

La nostra peculiarità è che utilizziamo solo professionisti senior, perché crediamo che, quando la posta in gioco è alta, non ci sia nulla di più pericoloso del non avvalersi di un team altamente esperto!

MODULO DI ISCRIZIONE ALLA NEWSLETTER

Per ricevere direttamente la newsletter mensile "Idee di Valore" e altre informazioni riguardanti il mondo delle valutazioni potete registrarvi al seguente link

<https://mailchi.mp/acb-valutazioni/iscriviti>