

INDICE

Presentazione del Gruppo di lavoro SIDREA su “Valutazione d’azienda” . . .	v
Presentazione della Collana “Studi di Valutazione d’Azienda” a cura di SIDREA.	vii
Presentazione del volume “La valutazione delle nanoimprese, degli studi professionali e dei consorzi”	ix
Gli Autori	xix

Parte I

LA VALUTAZIONE DELLE NANOIMPRESSE

1.

LA NANOIMPRESA: ASPETTI DEFINITORI E CARATTERIZZANTI di FRANCESCA BERNINI, MARCO GIULIANI e FABIO LA ROSA

1.1. La nanoimpresa: la visione quantitativa.	3
1.2. La nanoimpresa: la visione qualitativa	6
1.3. Le nanoimprese: la tassonomia proposta	9
1.4. Diffusione e rilevanza del fenomeno delle nanoimprese nel contesto italiano	9
1.5. Bibliografia	11

2.

PROFILI GIURIDICI E L’IMPATTO VALUTATIVO di GIOVANNI BRONZETTI

2.1. Obiettivi	13
2.2. Imprese individuali	13
2.3. Società di persone.	18
2.4. Società di capitali	24
2.5. Profili fiscali: cenni	29
2.6. Conclusioni.	30
2.7. Bibliografia	31

3.

I DRIVER DEL VALORE E L'IMPATTO VALUTATIVO

di SALVATORE CINCIMINO e SERGIO PATERNOSTRO

3.1. Obiettivo	33
3.2. La “dipendenza” dall’imprenditore/proprietario	33
3.3. La “dipendenza” dai rapporti con le altre categorie di <i>stakeholder</i>	35
3.4. La rilevanza dell’ambiente socio-economico di riferimento	37
3.5. L’assetto strategico-organizzativo	39
3.6. Le generali condizioni economico-finanziarie	42
3.7. Conclusioni.	43
3.8. Bibliografia	45

4.

LA BASE INFORMATIVA NELLE NANOIMPRESSE

di SALVATORE CINCIMINO e SERGIO PATERNOSTRO

4.1. Obiettivo	49
4.2. Il bilancio delle nanoimprese e la problematica della completezza informativa	52
4.3. L’impatto del regime contabile semplificato e del regime fiscale agevolato sul patrimonio informativo ai fini della valutazione.	56
4.4. Potenzialità e limiti del sistema informativo nelle nanoimprese ai fini valutativi alla luce dei provvedimenti normativi sulla crisi di impresa e sui c.d. “adeguati assetti”.	58
4.5. Conclusioni.	61
4.6. Bibliografia	62

5.

I METODI VALUTATIVI PER LE NANOIMPRESSE

di ALESSANDRO MECHELLI

5.1. Gli approcci basati sui flussi: potenzialità e limiti dei metodi	65
5.2. Gli approcci patrimoniali: potenzialità e limiti dei metodi.	70
5.3. Gli approcci misti: potenzialità e limiti dei metodi	72
5.4. Gli approcci di mercato: potenzialità e limiti dei metodi	74
5.5. Conclusioni.	77
5.6. Bibliografia	78

6.

**LA VALUTAZIONE
DELLE REALTÀ IMPRENDITORIALI MINIME**
di FRANCESCO FACCHINI, GIULIA GUAZZARONI e SONIA VITALI

6.1.	Introduzione	81
6.2.	La valutazione di farmacie	82
6.2.1.	La normativa sulle farmacie e il contesto competitivo	82
6.2.2.	Modello di <i>business</i> della farmacia	84
6.2.3.	Avviamento.	85
6.2.4.	Base informativa.	86
6.2.5.	I metodi di valutazione utilizzabili	87
	6.2.5.1. Valutazione tramite multipli	87
	6.2.5.2. Valutazione tramite metodo reddituale.	90
6.3.	La valutazione di imprese contoterziste artigiane	91
6.4.	La valutazione di negozi	94
6.5.	La valutazione di bar e ristoranti	99
6.6.	Conclusioni.	102
6.7.	Bibliografia	103

Parte II

**LA VALUTAZIONE
DEGLI STUDI PROFESSIONALI**

7.

**GLI STUDI PROFESSIONALI:
ASPETTI DEFINITORI E CARATTERIZZANTI**
di FRANCESCA BERNINI, MARCO GIULIANI e FABIO LA ROSA

7.1.	Definizione e attività professionale	107
7.2.	Le tipologie di studi professionali.	110
7.3.	Diffusione e rilevanza dello studio professionale nel contesto italiano	111
7.4.	Bibliografia	112

8.

FORMA GIURIDICA E IMPATTI VALUTATIVI
di ANDREA FRADEANI

8.1.	Introduzione	115
8.2.	Lo studio individuale	116
8.3.	L'associazione professionale	121
8.4.	La società tra professionisti	124
8.5.	Conclusioni.	132
8.6.	Bibliografia	133

9.

I DRIVER DI VALORE E L'IMPATTO VALUTATIVO

di FRANCESCO BAVAGNOLI

9.1. Obiettivo	137
9.2. Valore professionale e ESG	138
9.3. <i>Knowledge intensity</i> e capitale umano	140
9.4. Il valore del <i>brand</i>	144
9.5. Conclusioni.	146
9.6. Bibliografia	146

10.

LA BASE INFORMATIVA DEGLI STUDI PROFESSIONALI

di ANDREA CECCHETTO

10.1. Il sistema informativo-contabile degli studi professionali.	149
10.2. I regimi contabili: forfettario, semplificato, ordinario e l'impatto sulla valutazione	151
10.3. Il bilancio degli studi professionali e problematiche valutative	153
10.4. Le politiche di bilancio e la problematica della completezza informativa.	155
10.5. L'assenza o soggettività delle strategie e dei dati previsionali	157
10.6. Bibliografia	159

11.

LA VALUTAZIONE DEGLI STUDI PROFESSIONALI.
I MODELLI VALUTATIVI

di EUGENIO COMUZZI

11.1. Obiettivo	161
11.2. Quadro dottrinale e metodologico	162
11.3. Valutazione dello studio professionale. Finalità	163
11.4. Valutazione dello studio professionale. Metodo	164
11.5. Valutazione dello studio professionale. Processo valutativo, approccio <i>asset side</i> , metriche <i>as it is</i> e <i>as it may be</i> e loro varianti, modello di riferimento	165
11.5.1. Processo di valutazione e sue fasi	165
11.5.2. Approccio <i>asset side</i>	166
11.5.3. Metriche <i>as it is</i> , <i>as it may be</i> e loro varianti.	167
11.5.4. Modello di riferimento. Contrapposizione tra valutazioni SGS e valutazioni S	168
11.6. Valutazione dello studio professionale. Modelli specifici.	169
11.6.1. Modello principale centrale. Modello reddituale, reddituale esteso e variante finanziaria. <i>Asset side</i> , <i>as it is</i>	169
11.6.2. Modello principale di contrapposizione. Modello patrimoniale. <i>Asset side</i> , <i>as it is</i>	177

11.6.3. Modello di controllo. Modello dei multipli. <i>Asset side, as it is</i> . . .	177
11.6.4. Modello principale centrale. Modello reddituale, reddituale esteso, variante finanziaria. <i>Asset side, as it may be</i>	179
11.6.5. Modello impostato su singoli <i>asset</i> . Rilettura tesa a valutare <i>asset</i> o <i>drivers</i> fondamentali del valore	179
11.6.6. Sintesi.	180
11.7. Bibliografia	181

12.

LA VALUTAZIONE DEGLI STUDI PROFESSIONALI.
ASPETTI OPERATIVI

di CORRADO CUCCURULLO, FRANCESCO BAVAGNOLI e ANDREA CECCHETTO

12.1. La valutazione degli studi medici	185
12.2. La valutazione degli studi di commercialisti	189
12.3. La valutazione di altre tipologie di studi	191
12.4. La valutazione di studi professionali: l'approccio-cessione e l'approccio aggregativo	194
12.5. Bibliografia	196

Parte III

LA VALUTAZIONE DEI CONSORZI

13.

I CONSORZI: ASPETTI DEFINITORI E CARATTERIZZANTI

di FRANCESCA BERNINI, MARCO GIULIANI e FABIO LA ROSA

13.1. Definizione e attività consortile	203
13.2. Le tipologie di consorzi.	205
13.3. Diffusione e rilevanza del fenomeno consortile nel contesto italiano . . .	207
13.4. Bibliografia	212

14.

PROFILI GIURIDICI E FISCALI DEI CONSORZI
E DELLE SOCIETÀ CONSORTILI (CENNI)

di ANTONIO GITTO e STEFANO BARATTI

14.1. I consorzi.	213
14.2. Le società consortili.	217
14.3. Specificità giuridiche dei consorzi.	218
14.4. Profili fiscali	220
14.5. Bibliografia	222

15.

I DRIVER DI VALORE E L'IMPATTO VALUTATIVO (CENNI)

di ANTONIO GITTO, STEFANIA SERVALLI e FEDERICA GANDELLI

15.1. Introduzione	225
15.2. I rapporti con i soci consorziati	228
15.3. Situazioni di dipendenza da consorziati e da clienti	231
15.4. Bibliografia	233

16.

LA BASE INFORMATIVA DEI CONSORZI

di STEFANIA SERVALLI e STEFANO BARATTI

16.1. Il sistema informativo-contabile dei consorzi	235
16.2. Il bilancio dei consorzi	237
16.3. Le specificità contabili	239
16.4. Bibliografia	241

17.

LA VALUTAZIONE DEI CONSORZI

di DAMIANO MONTANI e ANDREA PULCINI

17.1. Obiettivo	243
17.2. Le peculiarità dei consorzi rilevanti ai fini della valutazione: una sintesi	244
17.3. La valutazione "stand alone" dei consorzi	245
17.3.1. L'approccio patrimoniale	246
17.3.2. L'approccio basato sui flussi di risultato attesi	248
17.3.3. L'approccio di mercato	250
17.3.4. L'approccio misto	251
17.4. La valutazione dei consorzi in ottica sinergica: la prospettiva del consorziato	252
17.5. Le principali ragioni della valutazione dei consorzi	254
17.6. Conclusioni	255
17.7. Bibliografia	256