

*Ministero dell'Istruzione dell'Università e della Ricerca*

**YA10 - ESAME DI STATO DI ISTITUTO TECNICO COMMERCIALE**

CORSO SPERIMENTALE

**Indirizzo:** AMMINISTRAZIONE E CONTROLLO

**Tema di:** PIANFICAZIONE, CONTROLLO E FINANZA

Il candidato illustri le caratteristiche e le funzioni svolte dal business plan indicando i soggetti a cui può essere presentato. Rediga, quindi, il progetto imprenditoriale che Alfa spa, impresa industriale, ha presentato all'inizio dell'anno 2011 alla locale banca e dal quale emerge, oltre alla richiesta di finanziamento per l'avvio di una nuova linea di produzione:

- la storia dell'impresa e dell'ambiente competitivo in cui opera
- la descrizione della tecnologia utilizzata nella realizzazione della produzione
- l'analisi del mercato di sbocco
- l'analisi delle imprese concorrenti
- la composizione del mercato degli approvvigionamenti
- i prodotti realizzati e il piano di marketing
- la struttura tecnico produttiva
- la *break even analysis* relativa alla nuova linea di produzione.

Successivamente il candidato sviluppi uno dei seguenti punti.

1. Redigere il budget economico e i relativi budget settoriali, allegati al business plan considerando i dati forniti dalla *break even analysis*.
2. Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico di Alfa spa al 31/12/2011 da cui emerga il conseguimento degli obiettivi prefissati nel business plan, regolarmente finanziati dalla banca.
3. Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico di Alfa spa al 31/12/2011 da cui emerga il conseguimento parziale degli obiettivi prefissati nel business plan realizzato con aumento di capitale e finanziamento dei soci in quanto la banca non ha concesso finanziamenti.

Dati mancanti opportunamente scelti.

---

Durata massima della prova 6 ore.

Sono consentiti la consultazione del Codice Civile non commentato e l'uso di calcolatrici tascabili non programmabili.

Non è consentito lasciare l'Istituto prima che siano trascorse 3 ore dalla dettatura del tema.

## PROPOSTA DI SOLUZIONE

di Roberto Bandinelli e Riccardo Mazzoni

*Il candidato illustri le caratteristiche e le funzioni svolte dal business plan indicando i soggetti a cui può essere presentato.*

Il business plan, o “piano d’impresa”, è un documento che svolge molteplici funzioni, in particolare esso fornisce la motivazione, sviluppa l’analisi, e valuta:

- l’attività che l’impresa intende intraprendere (questo nella fase di *start up*); in tal caso il plan è indirizzato ai potenziali finanziatori del progetto;
- lo sviluppo che si vuole imprimere a un’attività già esistente; in questo caso esso costituisce uno strumento fondamentale anche sul piano interno, relativamente ai punti di forza e di debolezza del progetto d’impresa.

Perché lo strumento “business plan” possa risultare realmente efficace è necessario che esso sia redatto in maniera chiara e concreta e deve descrivere sinteticamente, ma con completezza, quelli che sono gli intenti imprenditoriali, con particolare riferimento agli aspetti economico e finanziario.

I principali obiettivi del business plan sono dunque:

- fornire informazioni fondamentali per l’avvio dell’attività: quali e quante risorse economiche, finanziarie e umane si ritengono necessarie, quali le caratteristiche dei prodotti e/o dei servizi e del mercato di riferimento, ecc.;
- definire la forma giuridica in rapporto alle caratteristiche dell’impresa;
- esprimere con chiarezza gli obiettivi che s’intendono raggiungere e le modalità per perseguirli;
- illustrare la formula imprenditoriale e sottolinearne l’originalità: sistema di produzione, struttura organizzativa, modalità di penetrazione nel mercato;
- favorire previsioni attendibili attraverso la simulazione di differenti ipotesi di sviluppo dell’attività d’impresa;
- permettere all’imprenditore di acquisire una visione d’insieme dei fattori che caratterizzano l’azienda, presupposto essenziale per la pianificazione delle strategie e delle azioni;
- servire come “biglietto da visita” per presentare l’impresa all’esterno: ai potenziali soci, ai finanziatori, a clienti e fornitori.

*Rediga, quindi, il progetto imprenditoriale che Alfa spa, impresa industriale, ha presentato all’inizio dell’anno 2011 alla locale banca e dal quale emerge, oltre alla richiesta di finanziamento per l’avvio di una nuova linea di produzione:*

- *la storia dell’impresa e dell’ambiente competitivo in cui opera*
- *la descrizione della tecnologia utilizzata nella realizzazione della produzione*
- *l’analisi del mercato di sbocco*
- *l’analisi delle imprese concorrenti*
- *la composizione del mercato degli approvvigionamenti*
- *i prodotti realizzati e il piano di marketing*
- *la struttura tecnico produttiva*
- *la break even analysis relativa alla nuova linea di produzione.*

Lo sviluppo dei primi due punti è estremamente soggettivo e dipende dal tipo di produzione che il candidato, per esperienza o conoscenza, ha deciso di approfondire. Per gli altri punti si forniscono alcune linee di sviluppo.

### **Analisi del mercato di sbocco, delle imprese concorrenti, e composizione del mercato degli approvvigionamenti**

In primo luogo occorre individuare e specificare il settore, e meglio anche il sub-settore, in cui dovrà andarsi a posizionare la nuova linea di produzione. Relativamente ad esso è opportuno fornire alcune

indicazioni di massima sulla situazione attuale, per esempio: il grado di competizione; il grado di difficoltà (ridotta, media, elevata) che si riscontra nel settore riguardo alle innovazioni, tali da far sorgere nuovi bisogni e nuove esigenze nei potenziali clienti; se i produttori che vi operano attribuiscono o meno importanza strategica ai margini di ricarico da applicare ai prodotti.

Si possono poi ipotizzare risultati di ricerche e studi effettuati da enti pubblici e/o da soggetti privati indipendenti, per esempio si potrebbe sottolineare come *“recenti studi effettuati da ... hanno mostrato come, nell’ultimo triennio, nonostante il fenomeno recessivo, si sia verificata una crescita media annua del ...% del fatturato delle imprese del settore (quello indicato all’inizio), sull’intero territorio nazionale. La domanda nel settore non è quindi ferma e l’andamento di crescita moderata si presume possa mantenersi anche per l’immediato futuro, visto che si tratta di un dato consolidato nel tempo. Per quanto riguarda le vendite in paesi extraeuropei è da notare che la domanda è invece decisamente in crescita, a un tasso che arriva a raggiungere, per talune imprese, anche il ...%.”*

Si potrebbe inoltre supporre che l’analisi del settore possa avere individuato la possibilità di inserimento della nuova produzione in una *nicchia di mercato* basata sulla *differenziazione del prodotto*.

Alcune considerazioni devono riguardare anche i potenziali *clienti*, per esempio: se si tratta di consumatori finali o di soggetti intermedi (commercianti al dettaglio, e quali, o grossisti), il grado di propensione all’acquisto/consumo di prodotti di nuova commercializzazione, il grado di “fedeltà” al prodotto, alla marca, il grado di sensibilità, dunque di elasticità/rigidità della domanda, nei confronti del prezzo del prodotto.

Riguardo al mercato degli approvvigionamenti c’è da specificare se per la nuova produzione è possibile ricorrere ai fornitori abituali o se occorre individuare e selezionarne di nuovi. Specie in questo secondo caso sono necessarie informazioni sulle modalità e i tempi di consegna dei materiali necessari alla produzione e sui modi e i tempi di pagamento.

### **I prodotti realizzati e il piano di marketing**

Relativamente al piano di marketing si ritiene che per rispettare la richiesta della traccia sia sufficiente limitare l’esame alle cosiddette “leve” del marketing-mix: prodotto, prezzo, distribuzione e promozione.

Per quanto riguarda i prodotti sono da indicare le caratteristiche principali specifiche, dato che *la tecnologia utilizzata nella realizzazione della produzione* è già stata trattata al secondo punto. Si possono inoltre fornire dettagli sul *packaging*, se questo assume rilevanza ai fini del marketing.

La leva “prezzo” impone alcune considerazioni sulla politica che l’impresa intende attuare per la commercializzazione. È probabile che, trattandosi di prodotti nuovi per il mercato, si decida per l’applicazione di un *prezzo di penetrazione*. In alternativa, si possono fornire specifiche per politiche diverse da questa, come per esempio l’applicazione di un *prezzo di scrematura*, politica che si adatta anche questa a prodotti di nuova introduzione sul mercato.

La leva “distribuzione” impone l’esame delle possibilità alternative dei *canali* attraverso i quali l’impresa può far giungere i prodotti sul mercato. Anche in questo caso è necessario specificare se i canali usati per le produzioni in corso si presume possano risultare efficaci anche per i nuovi prodotti, oppure se per questi è necessario attivare uno o più nuovi canali. Nel primo caso si forniscono indicazioni sui canali usati, nel secondo caso c’è da specificare le caratteristiche del nuovo o dei nuovi canali e motivare il perché di una simile differenziazione rispetto ai canali già in uso.

La politica di *promozione* del nuovo prodotto, da realizzare in un mercato competitivo in cui l’immagine e l’impatto anche emotivo sul consumatore sono fondamentali, è molto delicata e può assumere forme e contenuti molto vari. Pertanto, soprattutto nei primi anni di attività della nuova linea di produzione, è probabile che l’impresa debba porre molta attenzione alla scelta delle formule promozionali. Un aspetto di rilievo in tal senso riguarda i *canali pubblicitari*, al fine di riuscire a far cogliere al consumatore tutte le peculiarità del prodotto senza che ciò finisca per incidere eccessivamente sui costi dello stesso. Sono inoltre da indicare le ulteriori azioni di promozione che l’impresa ha studiato per il nuovo prodotto, per esempio: la presentazione in occasione di importanti fiere di settore, nazionali e internazionali, la realizzazione e distribuzione di materiali informativi (brochure, depliant, e simili).

Per ciascuna modalità o azione promozionale è necessario stimare quello che può essere l'impegno di spesa in un arco di tempo anche pluriennale. Tali stime potrebbero essere riassunte in un prospetto di questo tipo, in cui gli importi sono inseriti a puro titolo esemplificativo:

Spese per attività di marketing			
Tipologia di spesa	Anno 2012	Anno 2013	Anno 2014
Partecipazione a fiere	30.000,00	40.000,00	44.000,00
Azioni pubblicitarie	19.000,00	19.000,00	14.000,00
Materiali informativi e illustrativi	12.500,00	12.500,00	15.000,00
Altre azioni promozionali	15.000,00	5.000,00	15.000,00
<b>Totale</b>	<b>76.500,00</b>	<b>76.500,00</b>	<b>88.000,00</b>

### La struttura tecnico produttiva

Per rispondere a questa richiesta della traccia è sufficiente indicare come la nuova produzione può andare a incidere sull'assetto della struttura produttiva attuale.

Prima di tutto, dunque, occorre tracciare l'articolazione di questa, magari mediante uno schema di produzione, in cui siano evidenziati i vari centri e/o reparti tecnico-produttivi principali e i centri ausiliari. Successivamente si possono indicare le incidenze sulla struttura esistente che saranno imposte dalla nuova linea di produzione, e le eventuali modifiche da apportare. Sono inoltre da specificare le eventuali necessità nuovi impianti o attrezzature e di nuovo personale, distinto nei vari ruoli e mansioni. Anche per tutti questi fattori sono opportune stime dei rispettivi costi previsti.

### L'analisi break-even

A questo punto la traccia chiede lo sviluppo di un'analisi "break-even", per impostare la quale occorre specificare e quantificare tutti dati necessari, tenendo conto, se e per quanto possibile, degli eventuali valori indicati nei punti precedenti.

Qui di seguito si illustra l'analisi richiesta assumendo i seguenti dati e valori:

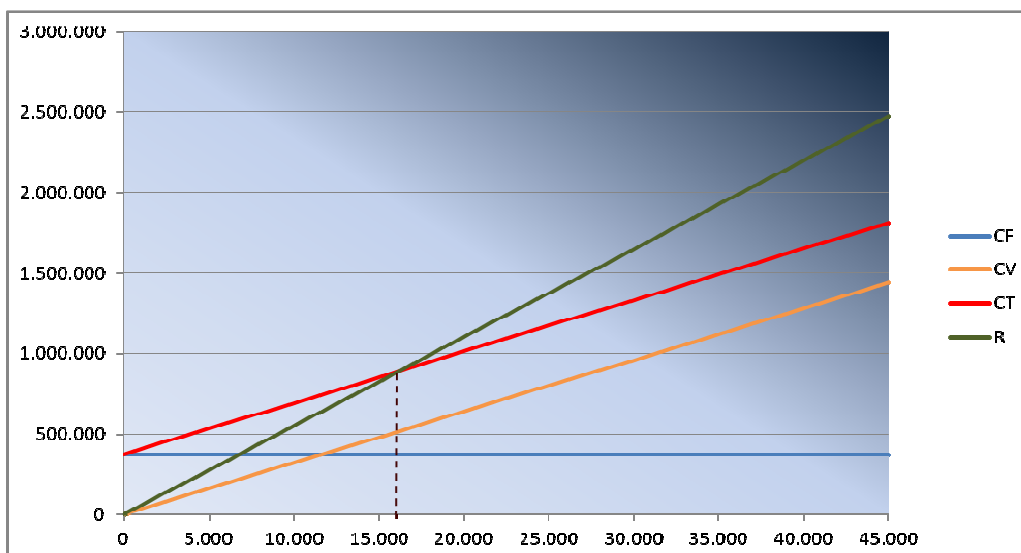
- l'impresa ritiene che il limite tecnico di produzione del nuovo prodotto, per il primo anno, possa essere pari a 45.000 unità;
- la quota annua di costi fissi sia stimata in 372.000 euro;
- il costo variabile unitario pari a 32,00 euro;
- il prezzo di vendita pari a 55,00 euro.

Con i dati e i valori scelti si imposta la *break-even chart*:

Quantità di vendita	0	5.000	10.000	15.000	20.000	25.000	30.000	35.000	40.000	45.000
Costi fissi	372.000	372.000	372.000	372.000	372.000	372.000	372.000	372.000	372.000	372.000
Costo variabile unit.	-	160.000	320.000	480.000	640.000	800.000	960.000	1.120.000	1.280.000	1.440.000
Costo totale	372.000	532.000	692.000	852.000	1.012.000	1.172.000	1.332.000	1.492.000	1.652.000	1.812.000
Ricavi	-	275.000	550.000	825.000	1.100.000	1.375.000	1.650.000	1.925.000	2.200.000	2.475.000
Risultato economico	- 372.000	- 257.000	- 142.000	- 27.000	88.000	203.000	318.000	433.000	548.000	663.000

Mediante la nota formula si può stabilire il break-even point

$$\text{B.E.P.} = \frac{\text{costi fissi}}{\text{prezzo di vendita} - \text{costo variabile unitario}} \Rightarrow \frac{372.000}{55,00 - 32,00} = 16.174 \text{ unità di prodotto}$$



*Redigere il budget economico e i relativi budget settoriali, allegati al business plan considerando i dati forniti dalla break even analysis.*

Nella ricostruzione del budget economico occorre tenere conto dei dati utilizzati per la break even analysis.

### 1. Budget delle vendite

Prodotti	Quantità	Prezzo unitario	Ricavi di vendita
Nuovo Prodotto	30.000	<b>50,00</b>	<b>1.500.000,00</b>
			<b>1.500.000,00</b>

### 2. Budget delle unità da produrre

	Nuovo Prodotto
Vendite programmate	<b>30.000</b>
Rimanenze finali di prodotti programmate	200
Esistenze iniziali di prodotti programmate	-
<b>Unità da produrre</b>	<b>30.200</b>

### 3. Budget dei consumi di materie

Materie	Unità di prodotto da fabbricare	Standard fisico (kg)	Fabbisogno materie
Materie prime	30.200	<b>0,80</b>	24.160

### 4. Budget degli approvvigionamenti

	Materie prime
Consumi di materie programmati	24.160
Rimanenze finali di materie programmate	800
Esistenze iniziali di materie programmate	-
<b>Unità di materie da acquistare (a)</b>	<b>24.960</b>
Standard monetario unitario (euro/kg) (b)	15,00
<b>Costo complessivo degli acquisti di materie prime (a x b)</b>	<b>374.400,00</b>

## 5. Budget della manodopera diretta

Prodotti	Unità di prodotto da fabbricare	Fabbisogno unitario di MOD (h)	Totale ore standard	Costo orario della MOD	Costo della MOD
Nuovo Prodotto	30.200	<b>1,10</b>	33.220	<b>16,00</b>	<b>531.520,00</b>
<b>Totale</b>			<b>33.220</b>		<b>531.520,00</b>

## 6. Budget della rimanenze

### Budget delle rimanenze di materie prime

Tipologia di scorta	Esistenze iniziali (prezzo x quantità)	Rimanenze finali (prezzo x quantità)
Materie prime		15,00 x 800 = <b>12.000,00</b>
<b>Totali</b>		<b>12.000,00</b>

### Tabella di calcolo del costo industriale unitario

	Prodotto Nuovo prodotto	
Materie prime	(prezzo x std. unitario)	
Materia A	<b>15,00</b> x 0,80 =	<b>12,00</b>
Manodopera diretta	<b>16,00</b> x 1,10 =	<b>17,60</b>
Costo primo unitario		<b>29,60</b>
Quota costi indiretti industriali		<b>3,39</b>
Costo industriale unitario		<b>32,99</b>
<i>Importo arrotondato</i>		<b>33,00</b>

### Budget delle rimanenze di prodotti finiti

Tipologia di scorta	Esistenze iniziali (prezzo x quantità)	Rimanenze finali (prezzo x quantità)
Nuovo prodotto		<b>33,00</b> x 200 = <b>6.600,00</b>
<b>Totali</b>		<b>6.600,00</b>

## 7. Budget economico d'esercizio a costo del venduto

### Costo industriale del venduto

Esistenze iniziali di materie prime	-	
Acquisti di materie prime	374.400,00	
Rimanenze finali di materie prime	- 12.000,00	
<b>Consumi materie prime</b>		<b>362.400,00</b>
Manodopera diretta		531.520,00
Costi indiretti industriali		102.400,00
<b>Costo industriale della produzione</b>		<b>996.320,00</b>
Esistenze iniziali di prodotti finiti		-
Rimanenze finali di prodotti finiti		6.600,00
<b>Costo industriale del venduto</b>		<b>1.002.920,00</b>

### Budget economico

Ricavi di vendita	1.500.000,00
Costo industriale del venduto	- 1.002.920,00
<b>Margine lordo industriale</b>	<b>497.080,00</b>
Costi indiretti Commerciali e Amministrativi	- 99.632,00
<b>Reddito operativo</b>	<b>397.448,00</b>
Risultato della gestione finanziaria	- 45.080,00
Risultato della gestione straordinaria	-
<b>Reddito lordo</b>	<b>352.368,00</b>
Imposte sul reddito	- 158.565,60
<b>Reddito netto</b>	<b>193.802,40</b>

*Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico di Alfa spa al 31/12/2011 da cui emerga il conseguimento degli obiettivi prefissati nel business plan, regolarmente finanziato dalla banca.*

Per l'elaborazione dello Stato Patrimoniale e del Conto Economico di Alfa spa occorre tenere presente che è stata realizzata una nuova linea di produzione; ciò comporta naturalmente un incremento di certi valori rispetto a quelli dell'anno precedente. Per il resto, altro vincolo è rappresentato da un incremento dei finanziamenti bancari.

Quella che segue è una delle tante possibili ipotesi di costruzione dei due documenti di bilancio richiesti. Si tenga presente che in questa proposta si è supposto che la società sia nelle condizioni di poter redigere il bilancio in forma abbreviata e che nell'esercizio precedente si fosse verificato un risultato economico negativo, ciò per meglio evidenziare il raggiungimento degli obiettivi con la nuova linea di prodotti (vincolo della traccia).

Stato patrimoniale					
Attivo	2011	2010	Passivo	2011	2010
<b>A) Crediti v/soci</b> (di cui già richiamati)	-	-	<b>A) Patrimonio netto</b>		
			<i>I Capitale</i>	1.200.000	1.200.000
			<i>IV Riserva legale</i>	112.000	112.000
			<i>IV Riserva statutaria</i>	112.000	112.000
			<i>VII Altre riserve</i>		-
			<i>a) Riserva straordinaria</i>	60.000	60.000
			<i>VIII Perdite portate a nuovo</i>	- 56.000	-
			<i>IX Utile (perdita) d'esercizio</i>	268.000	- 56.000
			<b>Totale</b>	<b>1.696.000</b>	<b>1.428.000</b>
<b>B) Immobilizzazioni</b>			<b>B) Fondi per rischi e oneri</b>	<b>54.000</b>	<b>99.400</b>
I - Immateriali	504.000	504.000			
- Fondi ammortamento	- 286.500	- 205.850			
	217.500	298.150			
II - Materiali	2.703.000	2.394.000			
- Fondi ammortamento	- 1.090.550	- 943.600			
	1.612.450	1.450.400			
III Finanziarie		-			
<b>Totale immobilizzazioni</b>	<b>1.829.950</b>	<b>1.748.550</b>			
<b>C) Attivo circolante</b>			<b>C) TFR</b>	<b>589.764</b>	<b>518.000</b>
I - Rimanenze	1.150.600	810.800			
II - Crediti	1.525.000	1.226.400			
(di cui esigibili oltre l'ex)	(198.000)	(218.400)			
III Att. fin. che non costit. immob.		-	<b>D) Debiti</b>	<b>2.216.586</b>	<b>1.837.902</b>
IV - Disponibilità liquide	46.900	112.560	(di cui esigibili oltre l'ex)	(440.000)	(252.000)
<b>Totale Attivo circolante</b>	<b>2.722.500</b>	<b>2.149.760</b>			
<b>D) Ratei e risconti</b>	<b>60.200</b>	<b>35.040</b>	<b>E) Ratei e risconti</b>	<b>56.300</b>	<b>50.048</b>
<b>Totale Attivo</b>	<b>4.612.650</b>	<b>3.933.350</b>	<b>Totale Passivo</b>	<b>4.612.650</b>	<b>3.933.350</b>

Conto economico		
	2011	2010
<b>A) Valore della produzione</b>		
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	8.471.236	7.145.196
2) variazione delle rimanenze prodotti, prodotti in corso e semilavorati	- 96.250	- 87.500
3) incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	-	-
5) altri ricavi e proventi	93.632	85.120
<b>Totale A</b>	<b>8.468.618</b>	<b>7.142.816</b>
<b>B) Costi della produzione</b>		
6) per materie prime, sussidiarie e di consumo	4.495.216	4.086.560
7) per servizi	1.139.700	1.127.000
8) per godimento di beni di terzi	98.560	89.600
9) per il personale		
a) salari e stipendi	1.008.600	826.000
b) oneri sociali	508.870	371.700
c) trattamento di fine rapporto	71.764	65.240
10) ammortamenti e svalutazioni		
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali e materiali	388.040	316.400
d) svalutazione crediti compresi nell'attivo circolante	22.484	20.440
11) variazioni delle rimanenze di materie prime ...	74.536	67.760
12) altri accantonamenti	53.900	49.000
14) oneri diversi di gestione	19.404	17.640
<b>Totale B</b>	<b>7.881.074</b>	<b>7.037.340</b>
<b>Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)</b>	<b>587.544</b>	<b>105.476</b>
<b>C) Proventi e oneri finanziari</b>		
15) dividendi da partecipazioni in collegate	-	-
16) altri proventi finanziari		
c) da titoli a reddito fisso	-	-
d) proventi diversi dai precedenti	1.140	1.036
17) interessi e altri oneri finanziari	- 190.036	- 172.760
<b>Totale C</b>	<b>- 188.896</b>	<b>- 171.724</b>
<b>E) Proventi e oneri straordinari</b>		
20) proventi straordinari	29.753	27.048
21) Oneri straordinari	-	-
<b>Totale E</b>	<b>29.753</b>	<b>27.048</b>
<b>Risultato prima delle imposte (A-B+/-C+/-D+/-E)</b>	<b>428.400</b>	<b>- 39.200</b>
22) imposte dell'esercizio	160.400	16.800
<b>23) Utile (perdita) dell'esercizio</b>	<b>268.000</b>	<b>- 56.000</b>

N.B. Relativamente all'esercizio 2010, si può osservare la presenza di imposte nonostante il risultato ante imposte sia negativo. A tale proposito si ricorda che ciò può accadere in quanto la determinazione del carico fiscale sul reddito avviene sulla base di metodi e criteri ben diversi da quelli che portano alla formazione del reddito; è pertanto possibile che possa risultare un reddito fiscale positivo, dunque soggetto alle imposte, pur in presenza di un reddito civilistico negativo.

*Redigere lo Stato patrimoniale e il Conto economico di Alfa spa al 31/12/2011 da cui emerga il conseguimento parziale degli obiettivi prefissati nel business plan realizzato con aumento di capitale e finanziamento dei soci in quanto la banca non ha concesso il finanziamento.*

Anche in questo caso, come si è visto al punto precedente (punto 2), dallo Stato patrimoniale e dal Conto economico di Alfa spa si deve rilevare un incremento di certi valori rispetto a quelli dell'anno precedente, data la una nuova linea di produzione attivata. Oltre a ciò vi si deve rilevare un incremento del capitale sociale e la presenza del finanziamento dei soci. A questo proposito occorre considerare che le tipologie di finanziamenti erogabili dai soci sono essenzialmente due: versamenti in conto capitale e finanziamenti rimborsabili.



Quella che segue è una delle possibili proposte di costruzione dei due documenti di bilancio richiesti, in essa si è tenuto conto di quanto segue:

- la società è nelle condizioni di poter redigere il bilancio in forma abbreviata;
- nell'esercizio precedente si era verificato un risultato economico negativo per meglio evidenziare il parziale raggiungimento degli obiettivi con la nuova linea di prodotti (vincolo della traccia);
- che il finanziamento da parte dei soci è del tipo rimborsabile.

Stato patrimoniale					
Attivo	Anno 2011	Anno 2010	Passivo	Anno 2011	Anno 2010
<b>A) Crediti v/soci</b> (di cui 75.000 già richiamati)	75.000	-	<b>A) Patrimonio netto</b>		
			<i>I Capitale</i>	1.500.000	1.200.000
			<i>IV Riserva legale</i>	112.000	112.000
			<i>IV Riserva statutaria</i>	112.000	112.000
			<i>VII Altre riserve</i>		-
<b>B) Immobilizzazioni</b>			<i>a) Riserva straordinaria</i>	60.000	60.000
I - Immateriali	504.000	504.000	<i>VIII Perdite portate a nuovo</i>	- 56.000	-
- Fondi ammortamento	- 286.500	- 205.850	<i>IX Utile (perdita) d'esercizio</i>	128.000	- 56.000
	217.500	298.150	<b>Totale</b>	<b>1.856.000</b>	<b>1.428.000</b>
II - Materiali	2.703.000	2.394.000			
- Fondi ammortamento	- 1.090.550	- 943.600	<b>B) Fondi per rischi e oneri</b>	<b>54.000</b>	<b>99.400</b>
	1.612.450	1.450.400			
III Finanziarie	-	-	<b>C) TFR</b>	<b>589.764</b>	<b>518.000</b>
<b>Totale immobilizzazioni</b>	<b>1.829.950</b>	<b>1.748.550</b>	<b>D) Debiti</b>	<b>1.831.586</b>	<b>1.837.902</b>
			(di cui esigibili oltre l'ex)	(190.000)	(252.000)
<b>C) Attivo circolante</b>			(di cui verso soci)	(100.000)	-
I - Rimanenze	1.050.600	810.800	<b>E) Ratei e risconti</b>	<b>56.300</b>	<b>50.048</b>
II - Crediti	1.325.000	1.226.400			
(di cui esigibili oltre l'ex)	(198.000)	(218.400)	<b>Totale Passivo</b>	<b>4.387.650</b>	<b>3.933.350</b>
III Att. fin. che non costit. immob.					
IV - Disponibilità liquide	46.900	112.560			
<b>Totale Attivo circolante</b>	<b>2.422.500</b>	<b>2.149.760</b>			
<b>D) Ratei e risconti</b>	<b>60.200</b>	<b>35.040</b>			
<b>Totale Attivo</b>	<b>4.387.650</b>	<b>3.933.350</b>			

<b>Conto economico</b>		
	2011	2010
<b>A) Valore della produzione</b>		
1) ricavi delle vendite e delle prestazioni	7.978.836	7.145.196
2) variazione delle rimanenze prodotti, prodotti in corso e semilavorati	- 96.250	- 87.500
3) incrementi di immobilizzazioni per lavori interni	-	-
5) altri ricavi e proventi	93.632	85.120
<b>Totale A</b>	<b>7.976.218</b>	<b>7.142.816</b>
<b>B) Costi della produzione</b>		
6) per materie prime, sussidiarie e di consumo	4.195.216	4.086.560
7) per servizi	1.139.700	1.127.000
8) per godimento di beni di terzi	98.560	89.600
9) per il personale		
a) salari e stipendi	1.008.600	826.000
b) oneri sociali	508.870	371.700
c) trattamento di fine rapporto	71.764	65.240
10) ammortamenti e svalutazioni		
a) ammortamento delle immobilizzazioni immateriali e materiali	388.040	316.400
d) svalutazione crediti compresi nell'attivo circolante	22.484	20.440
11) variazioni delle rimanenze di materie prime ...	74.536	67.760
12) altri accantonamenti	53.900	49.000
14) oneri diversi di gestione	19.404	17.640
<b>Totale B</b>	<b>7.581.074</b>	<b>7.037.340</b>
<b>Differenza tra valore e costi della produzione (A-B)</b>	<b>395.144</b>	<b>105.476</b>
<b>C) Proventi e oneri finanziari</b>		
15) dividendi da partecipazioni in collegate	-	-
16) altri proventi finanziari		
c) da titoli a reddito fisso	-	-
d) proventi diversi dai precedenti	1.140	1.036
17) interessi e altri oneri finanziari	- 160.284	- 172.760
<b>Totale C</b>	<b>- 159.144</b>	<b>- 171.724</b>
<b>E) Proventi e oneri straordinari</b>		
20) proventi straordinari	-	27.048
21) Oneri straordinari	-	-
<b>Totale E</b>	<b>-</b>	<b>27.048</b>
<b>Risultato prima delle imposte (A-B+/-C+/-D+/-E)</b>	<b>236.000</b>	<b>- 39.200</b>
22) imposte dell'esercizio	108.000	16.800
<b>23) Utile (perdita) dell'esercizio</b>	<b>128.000</b>	<b>- 56.000</b>