

Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca

M637 - ESAME DI STATO DI ISTRUZIONE SECONDARIA SUPERIORE

Indirizzo: IP08 – SERVIZI COMMERCIALI

Tema di: TECNICHE PROFESSIONALI SERVIZI COMMERCIALI

Il candidato svolga la prima parte della prova e risponda a due tra i quesiti proposti nella seconda parte.

PRIMA PARTE

Lo sviluppo economico e sociale di una nazione si basa, in buona parte, sulla capacità dei cittadini di dar vita ad iniziative imprenditoriali sane e sostenibili nel tempo. Tali iniziative, per essere economicamente convenienti, devono poggiare su di una valida idea imprenditoriale verificata mediante un approfondito studio di fattibilità.

Il business plan è lo strumento operativo che meglio si presta all'analisi dei molteplici elementi che compongono un progetto d'impresa.

Il candidato, dopo aver brevemente commentato la precedente affermazione, formuli, sulla base delle conoscenze possedute e mediante semplici ipotesi operative, uno studio per una nuova iniziativa imprenditoriale, senza alcun vincolo di scelta, articolato secondo le seguenti fasi:

- breve descrizione dell'idea imprenditoriale;
- definizione della struttura giuridica prescelta;
- analisi del mercato di riferimento;
- analisi SWOT;
- individuazione degli obiettivi strategici;
- determinazione del budget degli investimenti;
- individuazione del fabbisogno finanziario iniziale;
- redazione del conto economico di previsione.

SECONDA PARTE

1) Il candidato esegua l'analisi degli scostamenti di produzione e vendita rilevati dall'azienda Alfa e ne ipotizzi le possibili cause sulla base dei dati riassunti nelle seguenti tabelle:

Budget delle vendite

Prodotti	Volume di produzione	Prezzo unitario	Totale
A	2.000 unità	120 euro	240.000 euro
B	6.000 unità	96 euro	576.000 euro

Consuntivo delle vendite

Prodotti	Volume di produzione	Prezzo unitario	Totale
A	1.928 unità	115 euro	221.720 euro
B	6.020 unità	98 euro	596.960 euro

2) Considerata una produzione di 80.000 unità di prodotto A al costo unitario variabile di euro 9,50 ed un costo pieno di euro 12,40, il cui prezzo di vendita è di euro 13,50, il candidato valuti la scelta più conveniente fra un ulteriore ordinativo di 20.000 unità di prodotto ad un prezzo unitario di euro 14,50 che comporti un incremento dei costi fissi di euro 70.000 oppure di un ulteriore ordinativo di 30.000 unità di prodotto ad un prezzo di euro 13,80 che comporti un aumento dei costi fissi di euro 80.000.

3) Il candidato analizzi le relazioni che intercorrono fra il ROE ed il ROI e, mediante opportune esemplificazioni, evidenzi i limiti e le condizioni che possono determinare un effetto leva positivo sulla redditività aziendale.

4) Il calcolo delle imposte sui redditi d'impresa avviene mediante elaborazioni extracontabili.

Il candidato, con opportuni esempi numerici, proceda alla determinazione dell'IRES corrente a carico dell'impresa Alfa Spa, ipotizzando variazioni fiscali in aumento e/o in diminuzione ai sensi del D.P.R. 917/86 (TUIR) con riferimento a:

- svalutazione crediti;
- ammortamento immobilizzazioni materiali;
- plusvalenze patrimoniali;
- manutenzioni e riparazioni.

Proceda infine alla rilevazione contabile delle imposte calcolate.

Durata massima della prova: 6 ore.

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

È consentito l'uso del dizionario della lingua italiana.

È consentito l'uso del dizionario bilingue (italiano-lingua del paese di provenienza) per i candidati di madrelingua non italiana.

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

PROPOSTA DI SOLUZIONE

di Daniele Gualdi

PRIMA PARTE

In questi ultimi anni, la crisi economica mondiale ha reso più difficile fare impresa. Lo scenario che quotidianamente si è presentato è quello di aziende che hanno chiuso, sommerse dalle enormi difficoltà a rimanere sul mercato, per via della recessione o perché prive di quei finanziamenti indispensabili per il loro operare. Ciononostante, la creazione di nuove imprese è indispensabile per alimentare lo sviluppo economico e per creare nuove opportunità occupazionali, soprattutto per i giovani, sfruttando le opportunità create dalla rivoluzione tecnologica in atto. L'impresa può essere, malgrado tutto, una risposta alla crisi quando è adeguatamente sorretta da buone idee e accompagnata da normative e risorse finanziarie in grado di favorirne lo sviluppo.

Per ogni iniziativa imprenditoriale che si intende intraprendere, la *business idea* è il punto di partenza che porterà a scegliere il prodotto o il servizio da offrire sul mercato.

Questo implica:

- la definizione dei bisogni che si intendono soddisfare;
- la definizione dei clienti potenziali;
- l'analisi della concorrenza esistente e dei vantaggi, rispetto a quanto già presente sul mercato, che la nuova idea imprenditoriale è in grado di apportare.

Scelta l'idea imprenditoriale, è necessario rappresentarla in un progetto che evidenzi la mission dell'azienda, i prodotti offerti, la forma giuridica più confacente, il mercato in cui operare, gli obiettivi economici e finanziari, la strategia di marketing.

Il documento che esplicita questi obiettivi è il business plan. Si tratta di un documento amministrativo che rappresenta l'idea imprenditoriale e ne prefigura gli sviluppi successivi. Una volta scelto il settore economico in cui operare, il segmento di mercato e i prodotti o servizi offerti, con il business plan si pianifica l'attività aziendale per un periodo triennale. Da questo punto di vista, si tratta di uno strumento di previsione che viene sottoposto agli investitori e proposto agli istituti finanziatori per ottenere le risorse finanziarie indispensabili per l'avvio dell'attività. Ma è anche uno strumento di utilizzo interno, che consente di programmare la strategia aziendale e controllare l'andamento della gestione rispetto agli obiettivi previsti.

L'elaborazione del business plan richiede di definire in anticipo la maggior parte delle variabili economiche, il cui riscontro si avrà solo nel momento in cui l'idea di business si farà strada. Non sempre è facile fare previsioni, specie quando si opera in situazioni mutevoli, soggette a repentini cambiamenti di tecnologia e dei mercati. In questi casi è necessario operare continui aggiornamenti delle ipotesi di partenza, per rendere credibili le previsioni iniziali. Questo potrà anche comportare un cambiamento dei prodotti o delle loro caratteristiche, dei prezzi di vendita e dei mercati di prescelti.

Scopo del business plan è quello di valutare la fattibilità economica dell'iniziativa imprenditoriale, prevedendo i tempi entro i quali possono essere raggiunti l'equilibrio di gestione e una redditività adeguata all'investimento ipotizzato.

A questo scopo esso dovrà contenere una parte descrittiva nella quale evidenziare:

- la mission aziendale, la forma giuridica e la composizione societaria, i principali ruoli e l'assetto organizzativo interno. In un'impresa già operante è necessario partire dai dati storici per fissare i nuovi obiettivi economici e finanziari che si intendono perseguire;
- il mercato di sbocco a cui si rivolge l'impresa, definendone i segmenti di business; lo sviluppo della domanda dopo avere effettuato ricerche di mercato apposite e in grado di delineare l'evoluzione del mercato in cui opera l'impresa;
- i prodotti offerti, il loro stadio di sviluppo, le fondamentali differenze rispetto a quelli presenti sul mercato; le loro caratteristiche tecniche e la loro evoluzione dal punto di vista tecnologico;

- lo stato della concorrenza, la composizione dell'offerta, le caratteristiche dei principali competitor, i punti di forza e debolezza delle altre aziende, senza dimenticare le condizioni per potranno rendere competitiva l'impresa;
- i mercati di approvvigionamento, le caratteristiche dei fornitori e i rapporti di forza esistenti; l'individuazione di possibili alternative più vantaggiose;
- il piano di marketing, con particolare riguardo alle politiche di prezzo, alla strategia di comunicazione, ai canali di vendita, agli obiettivi di mercato interno e internazionale che si intendono raggiungere, in termini sia di percentuale di quota di mercato sia di fatturato;
- gli investimenti necessari per l'avvio dell'attività produttiva, lo stato della tecnologia e i cambiamenti che si profilano per il futuro;
- la fattibilità economica e finanziaria, prevedendo le vendite e i budget correlati fino a quello di esercizio per ogni anno di previsione. Verranno evidenziati i risultati attesi attraverso i bilanci preventivi, il calcolo dei principali indicatori della situazione economica, finanziaria e patrimoniale, il break even point e il rendiconto finanziario.

Sul piano quantitativo il business plan dovrà sinteticamente indicare gli obiettivi da conseguire in termini di investimenti, fatturato, redditività aziendale, e in relazione ad essi la dimensione d'impresa, vale a dire la quantificazione e l'organizzazione delle risorse necessarie per operare (umane e di capitale).

Il business plan si deve diversificare in relazione alla situazione aziendale. Se quest'ultima è in fase di start up, si partirà dal preventivo di impianto, vale a dire dalla descrizione e quantificazione delle spese fondamentali da sostenere per l'avvio dell'attività e delle relative fonti di finanziamento a cui attingere. Se invece l'azienda è ongoing, cioè già funzionante, si partirà dai dati storici per elaborare il documento di pianificazione pluriennale.

Studio della nuova iniziativa imprenditoriale

Vediamo come si sviluppa il business plan di una start up aziendale nel settore del packaging, ovvero il materiale di confezionamento di prodotti destinati alla vendita. La scelta del tipo di attività è data dall'importanza che il packaging riveste nel processo di commercializzazione del prodotto. L'involucro che contiene il bene non è solo necessario per la sua protezione, ma assume importanza ai fini del marketing, configurandone l'identità, insieme al brand aziendale. Da questo punto di vista il materiale con cui si confeziona il prodotto assume un carattere distintivo e ha l'obiettivo di trasmettere le caratteristiche che lo rendono riconoscibile rispetto a quello dei concorrenti.

Forma giuridica dell'impresa

Si opta per la S.r.l., appropriata per le dimensioni iniziali e allo stesso tempo esente da rischi di responsabilità personali per i soci che la costituiranno.

Analisi del mercato di riferimento

Il posizionamento avviene nell'ambito del cosiddetto "imballaggio secondario" rivolto ai beni di largo consumo. L'originalità della confezione ha un ruolo molto importante nell'identificazione del marchio e nelle scelte del consumatore finale. Il settore degli imballaggi registra un'inversione di tendenza aumentando dopo anni di calo un aumento della produzione in tutti i settori della filiera. La ripresa dell'economia ha portato a un maggiore commercio dei prodotti e dunque anche alla loro necessità di confezionamento. Questo incremento della produzione è riconducibile essenzialmente alla crescita della domanda interna, guidata dal sensibile sviluppo delle importazioni.

Analisi SWOT

Lo scopo dell'analisi SWOT, è l'individuazione dei punti di forza e di debolezza del prodotto e dell'impresa, con l'audit esterno, ovvero i possibili scenari che si possono verificare in termini di opportunità e minacce verificabili nel contesto. Nel nostro caso questi si possono riassumere nel modo seguente.

1. Opportunità
 - Continuità della domanda non del tutto soddisfatta e in evoluzione dal punto di vista qualitativo
 - Trasversalità del business
 - Internalizzazione del business
 - Scarse barriere all'entrata

2. Minacce
 - Potenziali entranti e rischio di imitazione del core-business
 - Andamento legato al commercio dei beni
 - Rischio mercato maturo
3. Punti di forza
 - Prodotto indispensabile e caratterizzante il bene destinato alla vendita
 - Personalizzazione del prodotto con offerta di materiali ecosostenibili
 - Offerta di servizi complementari non core
4. Punti di debolezza
 - Difficile comunicazione della percezione del bisogno
 - Rischio concorrenza a basso prezzo
 - Conoscenze di marketing dei prodotti

Obiettivi strategici

Nella fase iniziale l'azienda opererà per il mercato domestico, specializzando la propria offerta su materiali green con una forte personalizzazione del prodotto del cliente.

Nel medio termine l'obiettivo è quello di allargare il mercato di riferimento a imprese estere, attraverso collaborazioni con soggetti economici che operano in altri segmenti del packaging e la costruzione di una rete di operatori commerciali.

La redditività sarà modesta nella fase di start up, con relativa facilità a raggiungere il punto di equilibrio. Dal terzo anno è previsto un aumento significativo delle vendite. In una fase successiva si prevede un aumento degli investimenti e un ampliamento della gamma dei prodotti di packaging verso il mercato primario.

Prendiamo il caso della Pack 3.0 S.r.l., con un capitale conferito da due soci pari a 100.000 € diviso in parti eguali. L'immobile viene preso in affitto a canone annuo di 21.000 €

Investimenti inizialmente previsti

Immobilizzazioni	Importi in euro
Costi di impianto	16.000
Mobili e arredi	30.000
Automezzi	40.000
Attrezzature di magazzino	35.000
Macchine ufficio	5.000
Mezzi movimento merci	20.000
Totale immobilizzazioni	146.000
Capitale circolante	104.000
Totale investimenti	250.000

Finanziamenti

Fonte	Importi in euro
Capitale di proprietà	100.000
Mutui passivi al 4% interesse annuo in 60 rate mensili	100.000
Debiti bancari a breve termine al 5% di interesse annuo	50.000
Totale	250.000

Dati input relativi alla gestione operativa

Voci	2015	2016	2017
Quantità vendute	430.000	500.000	600.000
Prezzi unitari	1,00 €	1,00 €	1,00 €
Ammontare ricavi vendita	430.000,00 €	500.000,00 €	600.000,00 €
Prezzi unitari di acquisto	0,50 €	0,50 €	0,50 €
Costi di acquisto materiali	215.000,00 €	250.000,00 €	300.000,00 €
Altri costi variabili di vendita	20.425,00 €	23.750,00 €	28.500,00 €
Giorni dilazione concessi alla clientela	90	90	90
Giorni dilazione ottenuti dai fornitori	60	60	60
Giorni giacenza media magazzino	52	52	46
Costi fissi aziendali			
Costo del lavoro complessivo	102.822,00 €	102.822,00 €	102.822,00 €
Costi fissi di produzione	24.000,00 €	24.000,00 €	24.000,00 €
Costi fissi amministrativi	25.000,00 €	25.000,00 €	25.000,00 €
Costi fissi commerciali	10.000,00 €	10.000,00 €	15.000,00 €
Ammortamenti	14.000,00 €	24.800,00 €	24.800,00 €
Oneri finanziari	6.410,00 €	3.745,00 €	2.132,00 €
Totale Costi fissi	182.232,00 €	190.367,00	193.754,00 €

Ai fini della tassazione abbiamo considerato le aliquote Ires e Irap in vigore nel 2015, rispettivamente pari al 27,5% e al 3,9%, per semplicità senza considerare le agevolazioni e deduzioni fiscalmente ammesse. Inoltre non sono stati considerati altri ricavi e proventi da destinarsi nella macroclasse A) del Conto economico.

Conto economico preventivo

Voci di bilancio	2015	2016	2017
Valore della produzione	430.000	500.000	600.000
Costo variabile del venduto	235.425	273.750	328.500
Margine lordo di contribuzione	194.575	226.250	271.500
Costo del lavoro	102.822	102.822	102.822
Altri costi fissi	59.000	59.000	64.000
Autofinanziamento operativo lordo	32.753	64.428	104.678
Ammortamenti	14.000	24.800	24.800
Margine operativo netto	18.753	39.628	79.878
Altri costi e proventi	0	0	0
Reddito ante oneri finanziari	18.753	39.628	79.878
Oneri finanziari	6.410	3.745	2.132
Reddito ordinario	12.343	35.883	77.746
Costi e ricavi straordinari	0	0	0
Reddito prima delle imposte	12.343	35.883	77.746
Imposte dell'esercizio	8.136	15.423	28.505
Utile netto d'esercizio	4.207	20.460	49.241

Stato patrimoniale preventivo

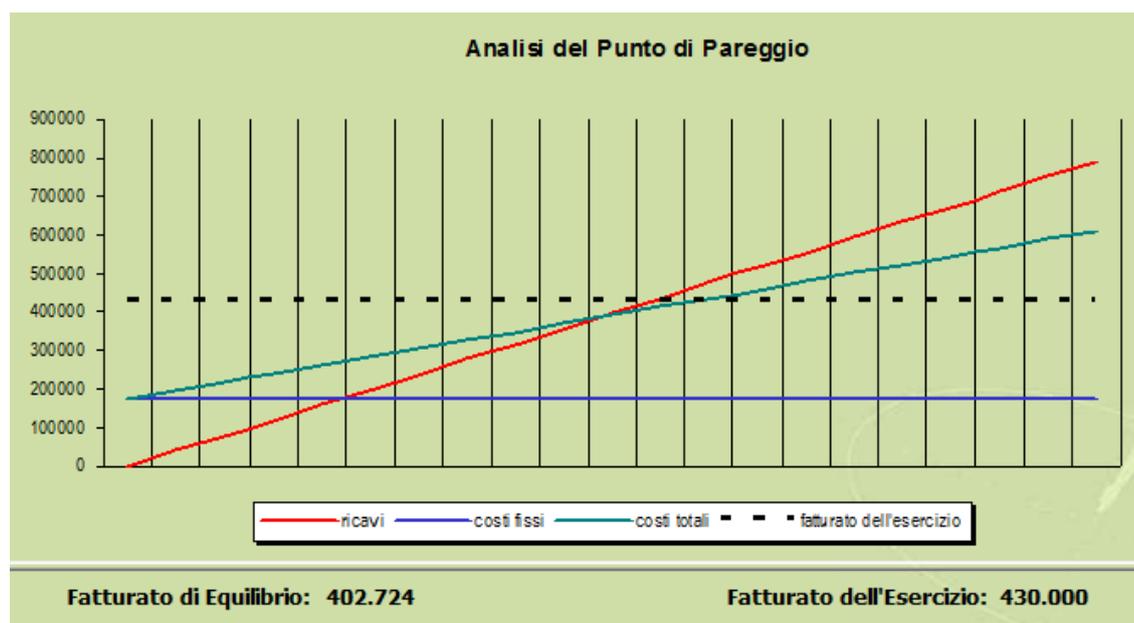
Voci di bilancio	2015	2016	2017
Attivo corrente	194.326 di cui Magazzino 31.056	198.447 di cui Magazzino 36.111	271.624 di cui Magazzino 38.333
Attivo immobilizzato	132.001	107.201	82.400
Totale Attivo	326.327	305.648	354.024
Debiti a breve	85.828	59.149	73.527
Debiti a medio lungo termine	136.292	121.832	106.590
Patrimonio netto	104.207	124.667	173.907
Totale Passivo	326.327	305.648	354.024

Indicatori di bilancio

Voci	2015	2016	2017
Margine struttura	-27.794	17.466	91.507
Margine globale di struttura	108.498	139.298	198.097
Capitale circolante netto	108.498	139.298	198.097
Margine di tesoreria	77.442	103.187	159.764
ROE	4,037%	16,41%	28,31%
ROI	5,75%	12,96%	22,56%
ROD	4,03%	3,33%	2,31%
ROS	4,36%	7,93%	13,31%
Vendite / Capitale investito	1,32	1,64	1,69

Analisi del punto di pareggio

Voci	2015	2016	2017
Margine lordo di contribuzione	194.575	226.250	271.500
Margine contribuzione %	45,25%	45,25%	45,25%
Incidenza Costi variabili su fatturato	54,75%	54,75%	54,75%
Costi fissi	182.232	190.367	193.754
Pv - cv (prezzi unitari vendita - costi variabili unitari)	0,4525	0,4525	0,4525
Fattura di equilibrio = CF / pv - cv	402.724	420.700	428.185



SECONDA PARTE

Analisi degli scostamenti dei ricavi dei prodotti A e B

Prodotto A

Rispetto al budget delle vendite del prodotto A si realizza a consuntivo un volume di affari inferiore: 240.000 €- 221.720 €= 18.280 €scostamento negativo.

Per capirne le ragioni procediamo a verificare lo scostamento che si è realizzato nel prezzo di vendita e nelle quantità vendute.

Lo scostamento di prezzo è dato dalla seguente relazione:

(prezzo effettivo - prezzo previsto) - volume di vendita effettivo
 $(115 - 120) \times 1.928 = -9.640 \text{ €}$

Lo scostamento di volume si ottiene ponendo a confronto i seguenti elementi:

(volume effettivo quantità vendute - quantità di vendita previste) x prezzo unitario di vendita previsto =
 $(1.928 - 2.000) \times 120 \text{ €} = -8.640 \text{ €}$

Lo scostamento complessivo di vendita per il prodotto A è dato dalla somma degli scostamenti di prezzo e quantità : -18.280 €

Determinano questo risultato sia le diminuzioni di volumi di vendita realizzati che i minori prezzi praticati rispetto a quelli previsti, anche se questi ultimi assumono maggiore importanza.

Prodotto B

Occorre premettere che il testo contiene un errore nel consuntivo delle vendite del prodotto B. Infatti i dati indicano il totale del volume di affari pari a 589.969,00 € e non 596.960,00 €. Assumeremo pertanto il primo dei due valori.

Rispetto al budget delle vendite del prodotto B si realizza a consuntivo un volume di affari maggiore: 589.960 €- 576.000 €= 13.960 €(scostamento positivo)

Per spiegarne il risultato verifichiamo lo scostamento che si è realizzato nel prezzo di vendita e nelle quantità vendute.

Lo scostamento di prezzo è dato dalla seguente relazione:

(prezzo effettivo - prezzo previsto) x volume di vendita effettivo
 $(98 - 96) \times 6.020 = + 12.040 \text{ €}$

Lo scostamento di volume si ottiene ponendo a confronto i seguenti elementi:

(volume effettivo quantità vendute - quantità di vendita previste) x prezzo unitario di vendita previsto =
 $(6.020 - 6.000) \times 96 \text{ €} = + 1.920 \text{ €}$

Lo scostamento complessivo di vendita per il prodotto B è dato dalla somma degli scostamenti di prezzo e quantità (+13.960 €) ed è determinato da uno scostamento positivo sia di prezzo rispetto a quello previsto sia di volume, sempre con riferimento al consuntivo delle vendite. Emerge un forte peso dello scostamento di prezzo, che nell'insieme incide per l'82,25% del totale.

Calcolo dell'ordinativo più conveniente da accettare.

Dati di partenza

Prezzo unitario di vendita: 13,50 €

Costi variabili unitari: 9,50 €

Costo pieno unitario: 12,40 €

Costo fisso unitario: 12,40 - 9,50 = 2,90 €

Situazione attuale

Produzione 80.000 unità.

Ricavi di vendita: 13,50 x 80.000 =	1.080.000 € -
Costi variabili complessivi: 9,50 x 80.000 =	760.000 € -
Costi Fissi totali: 2,90 x 80.000 =	<u>232.000 €</u>
Utile	88.000 €

Ipotesi 1) produzione e vendita di 80.000 unità alle condizioni precedenti + ulteriore ordinativo di 20.000 unità al prezzo di vendita unitario di 14,50 € e dei costi fissi di 70.000 €

Ricavi vendita 80.000 unità =	1.080.000 €
Ricavi di vendita ordinativo suppletivo: 20.000 x 14,50 =	<u>290.000 €</u>
Ricavi complessivi	1.370.000 €
Costi variabili complessivi: (80.000 + 20.000 unità) x 9,50 =	950.000 €
Costi fissi totali: 232.000 + 70.000 =	<u>302.000 €</u>
Utile di 100.000 unità	118.000 €

Ipotesi 2) produzione e vendita di 80.000 unità alle condizioni precedenti + ulteriore ordinativo di 30.000 unità al prezzo di vendita unitario di 13,80 € e un aumento dei costi di fissi di 80.000 €

Ricavi vendita 80.000 unità =	1.080.000 €
Ricavi di vendita ordinativo suppletivo: 30.000 x 13,80 =	<u>414.000 €</u>
Ricavi complessivi	1.494.000 €
Costi variabili complessivi: (80.000 + 30.000 unità) x 9,50 =	1.045.000 €
Costi fissi totali: 232.000 + 80.000 =	<u>312.000 €</u>
Utile di 110.000 unità	137.000 €

L'ordinativo più conveniente alle condizioni date, è quello di ulteriori 30.000 unità di prodotti dal momento che l'utile complessivo sale a 137.000 € contro i 118.000 € della prima ipotesi.

Relazioni fra ROI e ROE

Il ROI esprime l'indice di redditività della gestione caratteristica dell'impresa, data dal rapporto RO/CI, dove al numeratore figura il reddito operativo e al denominatore il capitale investito nell'impresa. L'indice si riferisce all'economicità della gestione caratteristica, ovvero all'efficienza con la quale è impiegato il capitale investito nell'azienda, senza considerare le modalità di finanziamento e gli oneri fiscali.

Il ROI a sua volta è determinato dal prodotto fra ROS (redditività delle vendite = RO/V) e rotazione del capitale investito (turnover) ottenuto dal rapporto vendite sul capitale investito (V/CI).

Avremo pertanto:

$$ROI = RO/CI = RO/V \times V/CI$$

Per ottenere un certo livello di redditività, l'azienda può dunque operare su due fattori:

- Il ROS, ovvero la redditività delle vendite che esprime la relazione che avviene fra prezzi di vendita, volumi e costi operativi;
- Il turnover (V/CI) ovvero il volume di vendite realizzate mediante il capitale investito nell'impresa.

Il ROE è dato dal rapporto:

$$\text{Utile netto d'esercizio} / \text{CP}$$

dove CP sono i mezzi di proprietà aziendali.

Il ROE misura la redditività del capitale proprio investito dall'imprenditore. Dal momento che il numeratore costituisce il guadagno di tutta la gestione aziendale, il ROE è un indicatore della redditività complessiva dell'impresa.

Questo indice è dunque influenzato sia dalla gestione caratteristica sia dalla gestione patrimoniale, accessoria, finanziaria e dal carico fiscale dell'azienda.

Da questo punto di vista gli elementi che determinano il ROE possono essere indicati nella seguente formula:

$$\text{ROE} = \text{ROI} \times \text{CI} / \text{CP} \times \text{RN} / \text{RO}$$

Dove CI/CP è la leva finanziaria, mentre RN/RO esprime l'incidenza della gestione non caratteristica dell'impresa, vale a dire quella finanziaria, straordinaria e fiscale.

Essendo il ROE risultato del prodotto di tre fattori, esso è determinato:

- dall'effetto moltiplicativo o demoltiplicativo del ROI, per la gestione caratteristica;
- dalla struttura finanziaria dell'impresa espressa dall'effetto leva (CI/CP);
- dal peso della gestione non caratteristica (RN/RO).

A parità del grado di indebitamento (CI/CP) e del grado di incidenza degli elementi estranei alla gestione caratteristica (RN/RO), il ROE è direttamente influenzato dal ROI ovvero dalla redditività della gestione caratteristica.

A parità di ROI, il ROE a sua volta dipende dall'indice di indebitamento (CI/CP) e dai componenti finanziari, patrimoniali, straordinari e fiscali del reddito (RN/RO).

In particolare la struttura finanziaria dell'impresa misurata dall'effetto leva svolge un effetto moltiplicativo sul ROE a condizione che il ROI sia superiore al tasso di indebitamento del capitale preso a prestito (ROD).

Quindi, se $\text{ROI} > \text{ROD}$ l'effetto leva è positivo e il ROE crescerà con il crescere dell'indebitamento, dal momento che l'azienda ha convenienza a indebitarsi potendo contare sempre su un risultato della gestione caratteristica in grado di coprire l'onerosità del capitale di terzi, vale a dire gli interessi passivi sul debito.

Se all'opposto $\text{ROI} < \text{ROD}$, ciò significa la crescita dell'indebitamento ha effetti negativi sul ROE poiché l'incremento degli oneri finanziari non trova copertura nella gestione caratteristica. In questo caso la leva finanziaria ha effetti demoltiplicativi sulla redditività globale dell'impresa espressa dal ROE.

Con un $\text{ROI} = \text{ROD}$, la struttura finanziaria dell'impresa non influisce sulla determinazione del ROE.

Per quanto attiene la gestione non caratteristica (RN/RO) se il risultato del rapporto tende a 1 significa che è bassa l'incidenza della gestione straordinaria, fiscale e finanziaria sul risultato generale di esercizio (RN).

Viceversa più il rapporto si allontana da 1, più risulta decisivo il peso della gestione extracaratteristica esercitando come detto sopra un effetto demoltiplicativo sul ROE.

Vediamo un esempio riepilogativo:

Voci	Azienda A	Azienda B	Azienda C
ROE	9,6%	8,4%	12%
ROI	8%	8%	8%
CI/CP	4	1,5	3
RN/RO	0,30	0,70	0,50

A parità di ROI, nelle tre aziende considerate il ROE cambia a seconda della leva e dell'incidenza della gestione extracaratteristica, a sua volta influenzata dal peso degli oneri finanziari (dovuti all'effetto leva) e dagli oneri straordinari e fiscali di reddito. Nel caso della azienda C, questa è in grado di sfruttare meglio l'effetto leva rispetto alla azienda B conseguendo una redditività globale molto più elevata. L'azienda A, che fa maggiore ricorso all'effetto leva, è maggiormente penalizzata dal peso della gestione extracaratteristica, che assume valori particolarmente distante dall'unità (0,30).

Calcolo dell'Ires

Ipotizziamo il caso di un'impresa che svolge attività industriale e che presenta una situazione contabile iniziale che contiene fra l'altro le seguenti voci:

- Marchi 180.000 € (aliquota fiscale 1/18)
- Fabbricati 870.000 € (aliquota fiscale 4%)
- Impianti e Macchinari 550.000 € (aliquota fiscale 12,5%)
- Mobiglie e Arredi 65.000 € (aliquota fiscale 12%)
- Macchine d' ufficio 25.000 € (aliquota fiscale 12%)
- Autovetture 40.000 € (aliquota fiscale 25%)
- Autoveicoli da trasporto 100.000 € (aliquota fiscale 20%)

I beni sono contabilizzati al costo storico e sono in possesso da più di un anno.

A fine esercizio le risultanze contabili presentano fra gli altri i seguenti valori:

- Crediti vs/clienti	280.000 €
- Fondo Rischi su crediti	12.040 €
- Svalutazione crediti:	14.000 €
- Ammortamento Marchi:	12.000 €
- Ammortamento fabbricati:	34.800 €
- Ammortamento impianti e macchinari:	71.500 €
- Ammortamento Mobili e arredi:	6.500 €
- Ammortamento Macchine d'ufficio:	5.000 €
- Ammortamento Autovetture:	10.000 €
- Ammortamento Autoveicoli di trasporto:	25.000 €
- Plusvalenze:	20.000 € (per beni in possesso da più di 4 anni)
- Costi di manutenzione e riparazione:	95.000 €
- Interessi attivi bancari	1.500 €
- Acconto IRES versata	82.500 €
- Utile lordo prima delle imposte	350.000 €

Ammortamento

Il riepilogo degli ammortamenti effettuati e quelli ammissibili fiscalmente è espresso nella seguente tabella.

Conti	Quota ammortamento al Conto economico	Quota ammortamento ammesso	Variazione in aumento
Marchi	12.000	10.000	+ 2.000
Fabbricati	34.800	34.800	/
Impianti e Macchinari	71.500	68.750	+ 2.750
Mobili e arredi	6.500	7.800	/
Macchine d'ufficio	5.000	3.000	+ 2.000
Autovetture	10.000	10.000	/
Autoveicoli di trasporto	25.000	20.000	+ 5.000
Totali			11.750 €

Pertanto si avranno variazioni in aumento per ammortamenti indeducibili pari a 11.750 €

Spese manutenzioni e riparazioni

L'insieme dei beni ammortizzabili che formano il plafond su cui calcolare il 5% fiscalmente deducibile è dato da 1.650.000 € I costi di manutenzione deducibili sono pertanto pari a: 82.500 €

I costi di manutenzione e riparazione che figurano al conto economico sono pari a 95.000 €

Pertanto si avrà una differenza fra costi imputati di 95.000 e costi deducibili di 82.500 pari a 12.500 € Questa somma non va persa ma sarà deducibile in quote costanti in cinque anni a partire dall'esercizio successivo.

Questo darà luogo nell'anno in corso a una variazione in aumento di 12.500 € e nei 5 anni successivi a una variazione in diminuzione di $12.500 / 5 = 2.500$

Svalutazione crediti

Verifichiamo la deducibilità fiscale della svalutazione su crediti ammessa nella misura dello 0,50% dei crediti esistenti a bilancio se il fondo rischi non ha superato il 5% degli stessi:

Il rapporto dovrà essere = $\frac{\text{Fondo rischi su crediti} \times 100}{\text{Crediti verso clienti}} < 5\%$

Avremo: $12.040/280.000 \times 100 = 4,3\% < 5\%$

È possibile procedere alla svalutazione: 0,50% di 280.000 € = 1.400 (importo fiscalmente deducibile)

L'importo di svalutazione crediti che figura al Conto economico è pari a 14.000 € pertanto si avrà una variazione fiscale in aumento per la differenza: $14.000 - 1.400 = 12.600$ € (svalutazione crediti non deducibili).

Plusvalenza

Si decide di rateizzare la plusvalenza che figura al Conto economico, in quote costanti in 5 anni. Pertanto in ogni esercizio questa graverà solo per 4.000 €

Avrà luogo nell'anno in corso una variazione in diminuzione dell'intero importo della plusvalenza realizzata pari a 20.000 € e una variazione in aumento per 4.000 €

Riepilogo

Voci di conto	Variazioni in aumento	Variazioni in diminuzione
Ammortamenti	11.750 €	
Costi manutenzione e riparazione	12.500 €	
Svalutazione crediti	12.600 €	
Plusvalenze	4.000 €	20.000 €
Totali	40.850 €	20.000
Differenza fra variazioni in aumento e in diminuzione	+ 20.850 €	

Gli interessi attivi bancari di 1.500 € lordi hanno subito una ritenuta di imposta del 26% pari a 390,00 € che costituisce un anticipo sulle imposte da versare.

Calcolo del reddito fiscale

Utile lordo:	350.000
Variazioni in aumento	20.850
Reddito fiscale:	370.850

Calcolo dell'IRES dell'esercizio:

$370.850 \text{ €} \times 27,50\% = 101.983,75 \text{ €}$ arrotondata a 101.984 €

Al 31/12 rileveremo le seguenti scritture contabili:

Conti	Descrizione	Dare	Avere
Imposte dell'esercizio	IRES di competenza	101.984,00	
Debiti per imposte	IRES di competenza		101.984,00
Debiti per imposte	Storno acconti e ritenute subite	82.890,00	
Acconti di imposte	Storno acconto		82.500,00
Erario c/ritenute subite	Storno ritenuta fiscale su interessi bancari		390,00