

1 Lezione del 30-04-25

1.1 Modelli di stato patrimoniale

1.1.1 IAS-IFRS

1.1.2 Codice civile

confronto codice civile e IAS/IFRS

1.2 Modelli di conto economico

Anche per quanto riguarda il conto economico esiste uno schema **IAS** e uno schema dettato dal **codice civile**.

Riprendiamo le aree di stratificazione che avevamo già visto per valutare il **valore della produzione**:

- Area **caratteristica**:

- Valore della produzione:

- * Ricavi di vendita;
 - * **Costi in economia**, cioè di macchinari/immobili che non vengono acquistati ma alla cui costruzione si delega la macchina produttiva, che non sono di competenza alla produzione e vanno quindi messi qui per annullare i costi di produzioni che vi si impiegano;
 - * Incremento magazzino OUT.

- Costo della produzione:

- * Materie prime;
 - * Immobilizzazioni ammortate;
 - * Salari e stipendi, più quote TFR (cioè il *costo lavoro*);
 - * Decremento magazzino IN.

→ **Margine Operativo Lordo**.

- Area **accessoria**:

- Proventi ed oneri accessori.

→ **Margine Operativo Netto (EBIT)**.

- Area **finanziaria**:

- Proventi ed oneri finanziari;
 - Rettifiche di valore da attività finanziarie.

→ risultato lordo da attività in funzionamento.

- Area **fiscale**:

- Imposte sul reddito di esercizio.

→ Utile o perdita di esercizio.

- Area **straordinaria**:

- Utile o perdita su attività destinate a cessare.

ricordando anche che area caratteristica e accessoria formano insieme l'area **operativa**.

Vediamo quindi il conto fatto sul **costo del venduto**:

- Area **caratteristica**:

- Ricavi di vendita;
- Costo del venduto:
 - * Costi per acquisti di produzione;
 - * Costo del personale di produzione;
 - * Costi per investimenti produttivi;
 - * La variazione delle rimanenze.

→ **Margine Lordo Industriale**, che equivale al margine operativo lordo depurato delle aree non industriali (amministrazione, ricerca e sviluppo, vendite ecc...).

- Altri costi di area caratteristica.

→ **Margine Operativo Lordo**.

1.2.1 IAS

Costo del venduto solo IAS

1.2.2 Codice civile

1.3 Modello di business

Un **modello di business** definisce la logica secondo la quale un'organizzazione **crea, distribuisce e cattura** valore.

Nel business model possiamo individuare diversi elementi:

- I **segmenti di clientela**;
- La **proposta di valore**;
- I **canali**;
- Le **relazioni coi clienti**;
- I **flussi di ricavi**.

1.3.1 Segmenti di clientela

Prima di tutto potremmo chiederci per *chi* stiamo creando valore. Possiamo individuare alcune macrocategorie:

- Mercato di massa;
- Mercato di nicchia;
- Mercato segmentato;
- Mercato diversificato;
- Piattaforme (o mercati) multi-sided.

1.3.2 Proposta di valore

La proposta di valore è ciò che l'azienda offre in *più* rispetto a un'altra, quindi il motivo per cui i potenziali clienti dovrebbero acquistarne i prodotti.

1.3.3 Canali

I canali sono quelli attraverso i quali l'azienda fornisce i suoi prodotti/servizi al cliente. Possiamo individuare ad esempio:

- Forza di vendita;
- Vendita su web;
- Negozi propri;
- Negozi di partner;
- Grossisti.

1.3.4 Relazioni coi clienti

Le relazioni coi clienti riguardano:

- L'*acquisizione* di clienti;
- La *fidelizzazione* di clienti;
- L'*upselling*, cioè l'aumento della frequenza di acquisto dei clienti.

Possiamo individuare diversi meccanismi:

- Assistenza personale;
- Assistenza personale dedicata;
- Self-service;
- Servizi automatici;
- Community;
- Co-creazione.

1.3.5 Flussi di ricavi

Un modello di business può prevedere due tipi di ricavi:

- Ricavi correnti;
- Ricavi continui.

Questi possono essere:

- Vendita di beni;
- Canone d'uso;

- Quote di iscrizione;
- Prestito/noleggio/leasing;
- Licenza;
- Commissioni di intermediazione;
- Pubblicità.