

strategie

Luigi Pavan – Best Control - www.best-control.it - business@tin.it

IL MARGINE DI CONTRIBUZIONE NELLE IMPRESE

Il margine di contribuzione riveste un'importanza vitale perchè costituisce l'elemento fondamentale per misurare la redditività di ogni prodotto, linea di prodotti o servizio. Con il direct costing, l'obiettivo dell'impresa sarà quindi di massimizzare il margine di contribuzione in relazione al prezzo praticabile nel mercato in cui opera l'impresa stessa.

Perchè adottare il margine di contribuzione?

- perchè consente di individuare i prodotti/servizi più redditizi, ovvero con il margine più elevato;
- perchè consente di effettuare scelte di prezzo, volume e mix più convenienti;
- perchè semplifica il controllo dei costi eliminando le distorsioni derivanti dall'assorbimento dei costi fissi.

Nella maggior parte delle aziende il margine di contribuzione è calcolato nel modo seguente:

		%
FATTURATO	7500	100,0
- Oneri finanziari	-113	-1,5
- Provvigioni passive	-300	-4,0
- Trasporti	-225	-3,0
FATTURATO NETTO	6862	91,5
- Materiali	-2100	-28,0
- Costi di produzione	-2032	-27,1
MARGINE DI CONTRIBUZIONE	2730	36,4

dove per:

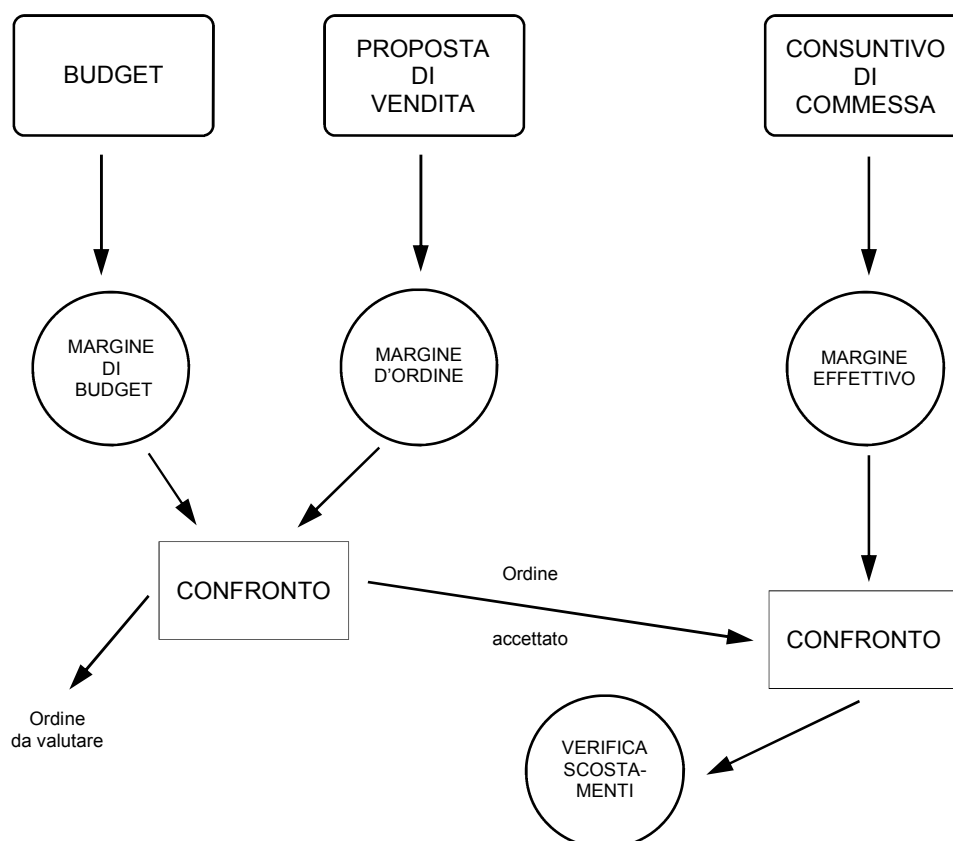
- oneri finanziari: si intende il costo degli oneri finanziari per attualizzare le vendite (vedere esempio successivo);

Fatturato €/000	120
Dilazione	90 giorni
Costo del denaro	6%
Oneri finanziari €/000	1,8
Incidenza sul fatturato	1,5%

- provvigioni passive: costo delle provvigioni pagate agli agenti;
- trasporti su vendite: costo dei trasporti su vendite a carico dell'azienda;
- materiali: costo dei materiali per quel fatturato;
- produzione: costo di produzione (personale e altro) per quel fatturato.

Come utilizzare in pratica il margine di contribuzione?

- Predisponete il budget per l'esercizio futuro determinando il margine di contribuzione, a livello previsionale, di ogni linea di vendita o di ogni prodotto;
- calcolate il margine di contribuzione prima di accettare o meno un contratto per la fornitura di prodotti o servizi. Il margine di contribuzione potrebbe divergere dal margine previsto in sede di budget e la direzione dovrà decidere se accettare o meno l'ordine, tenendo presente gli aspetti collegati con il cliente/mercato;
- ogni mese calcolate il margine di contribuzione delle vendite effettuate, confrontatele con il margine previsto nel budget e all'atto dell'acquisizione dell'ordine. Se il margine del budget non è attendibile procedere eventualmente alla revisione del budget stesso. Analizzate inoltre gli eventuali motivi di discordanza tra il margine di contribuzione previsto all'ordine e consuntivo.



Nelle aziende molti errori vengono commessi nella determinazione delle aree di business profittevoli per motivi di varia natura ed oggi non è più possibile fare errori di valutazione.

L'acquisizione di commesse senza margine positivo è, ad esempio, assolutamente vietata nei servizi; non esiste la possibilità di recuperare il margine perso in futuro, soprattutto se si vendono servizi i cui costi sono manodopera.